LAPORAN AKHIR BISNIS

RRB *(RICE RICE BABY) RICE BOWL*

Disusun oleh:

Syifaus Salsabila

20211063

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

RRB *(RICE RICE BABY) RICE BOWL*

Laporan Akhir Bisnis

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Syifaus Salsabila

20211063

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

HALAMAN PENGESAHAN

RRB *(RICE RICE BABY) RICE BOWL*

Disusun oleh:

Syifaus Salsabila

20211063

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada

tanggal: 18 September 2024

Dosen Pembimbing

(Rr. Siti Muslikhah, SE., M.Sc)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama	: Syifaus Salsabila
No. Mahasiswa	: 20211063
Program Studi	: Bisnis Digital

Yogyakarta, 23 September 2024

Disahkan oleh:

Penguji 1: Rr Siti Muslikhah, S.E., M.Sc. ( )

Penguji 2: Andriyastuti Suratman, S.E., M.M. ( )

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital

(Arief Darmawan, SE., MM)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

"Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 18 September 2024



Syifaus Salsabila

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis dengan judul "RRB *(Rice Rice Baby) Rice Bowl*" ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam senantiasa saya haturkan pada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman yang kita harapkan akan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam melakukan penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, saya menerima berbagai bantuan, saran, serta dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya memohon izin untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, yaitu kepada:

1. Orang tua serta keluarga tercinta yang telah memberikan semangat serta mendoakan selama proses pembuatan laporan ini,
2. Kakak saya, Durrotuz Zahidah yang sudah senantiasa menemani dan memberikan dorongan selama ini,
3. Bapak Arief Darmawan, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia,

4. Ibu Rr. Siti Muslikhah, SE., M.Sc., Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan akhir proyek bisnis ini,
5. Teman-teman saya tersayang, Lili, Dimoy, Jamal, Mando, Dyah, Vito, Bayu, Nurul, Anin, Amli, Amel, Yuyun, Ripka, Upik, Maul, Abit, Nopal baik, Nopal jahat, Oman dan Helen yang senantiasa selalu ada menemani dan memberikan semangat juga dorongan selama proses pembuatan laporan ini,
6. Teman-teman Bisnis Digital Angkatan 2020, dan semua pihak yang telah membantu dan menemani yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses saya, dan besar harapan saya agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi saya sendiri khususnya dan bagi pihak lain yang membutuhkan pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN 3

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN 4

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....5

KATA PENGANTAR.....6

DAFTAR ISI 8

DAFTAR TABEL.....10

DAFTAR GAMBAR.....11

BAB I.....13

PENDAHULUAN.....**13**

1.1 Latar Belakang 13

1.2 Analisis Lingkungan 15

BAB II 18

DESKRIPSI BISNIS **18**

2.1 Profil Bisnis 18

2.2 Model Bisnis *(Business Model Canvas)* 19

BAB III.....23

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS.....**23**

3.1 Profil Bisnis 23

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran.....24

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi.....28

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM).....36

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan.....39

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital 45

BAB IV 49

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH **49**

4.1 Identifikasi Masalah 49

4.2 Pemecahan Masalah 50

BAB V 51

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT **51**

5.1 Kesimpulan 51

5.2 Tindak Lanjut 51

5.2.3 Komponen Bagian Akhir 52

DAFTAR PUSTAKA **64**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Matriks SWOT RRB *Rice Bowl* 17

Tabel 3.1 Jadwal Produksi RRB *Rice Bowl*..... 35

Tabel 3.2 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Mei 2024 39

Tabel 3.3 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Juni 2024..... 40

Tabel 3.4 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Juli 2024..... 41

Tabel 3.5 Total Penjualan Produk RRB Rice Bowl bulan Mei-Juli 2024 42

Tabel 3.6 Laporan Laba/Rugi selama 3 bulan..... 42

Tabel 3.7 Laporan Arus Kas RRB *Rice Bowl* selama bulan Mei - Juli 2024..... 43

Tabel 3.8 Neraca RRB *Rice Bowl* selama bulan Mei - Juli 2024..... 44

Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Mei 2024 52

Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Juni 2024..... 53

Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Juli 2024..... 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 *Business Model Canvas* (BMC) RRB *Rice Bowl* 20

Gambar 3.1 Logo RRB *Rice Bowl* 23

Gambar 3.2 Akun Instagram RRB *Rice Bowl* 24

Gambar 3.3 Akun Whatsapp RRB *Rice Bowl* 25

Gambar 3.4 *Postingan Pre Order* RRB *Rice Bowl* 26

Gambar 3.5 Akun *Grab Food* RRB *Rice Bowl* 28

Gambar 3.6 Alur proses produksi RRB *Rice Bowl* 29

Gambar 3.7 Persiapan bahan baku untuk proses produksi RRB *Rice Bowl* 32

Gambar 3.8 Ayam goreng yang sudah digoreng 32

Gambar 3.9 *Layout* tempat produksi RRB *Rice Bowl* 34

Gambar 3.10 Desain label stiker RRB *Rice Bowl* 35

Gambar 3.11 Contoh produk RRB *Rice Bowl* yang sudah ditempel stiker 36

Gambar 3.12 Struktur organisasi RRB *Rice Bowl* 37

Gambar 3.13 Penggunaan aplikasi Canva untuk proses *editing* 47

Gambar 3.14 Contoh *postingan* Instagram *Story* RRB *Rice Bowl* 48

Logo RRB *Rice Bowl* 55

Akun Instagram dan Linktree RRB *Rice Bowl* 56

Contoh postingan menu RRB di Instagram 57

Proses foto katalog produk *rice bowl* RRB 57

Contoh postingan di Instagram *Story* 58

Contoh *postingan* promo diskon harga 58

Arsip *story* di Instagram RRB 59

Testimoni dari konsumen RRB 59

Pembelian wadah *rice bowl* dan perlengkapan lainnya 60

Pembelian bahan baku di Pasar Colombo..... 60

Contoh produk *rice bowl* siap santap..... 61

Pencatatan keuangan di Microsoft Excel..... 62

Penggunaan Canva untuk melakukan pengeditan konten..... 63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner merupakan bidang yang sangat menjanjikan untuk ditekuni karena menawarkan banyak peluang yang menguntungkan. Besarnya potensi bisnis kuliner tidak lepas dari semakin meningkatnya kebutuhan akan pangan yang merupakan kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi oleh setiap individu. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi perubahan yang signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya terkait pilihan makanan yang praktis dan terjangkau. Tuntutan gaya hidup yang semakin sibuk membuat banyak orang memilih makanan yang praktis untuk dikonsumsi namun tetap bergizi dan mengenyangkan. Meningkatnya jumlah penduduk dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat (Nurbayan & Juliansyah, 2018). Di era modern usaha kuliner banyak dijalani dengan bermacam-macam produk yang ditawarkan. Produk yang banyak dicari oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah *rice bowl* (Mardiana, 2022).

Sejarah kuliner *rice bowl* di Indonesia dapat dilihat perkembangan berdasarkan tren kuliner cepat saji dan gaya hidup modern masyarakat perkotaan. *Rice bowl* awalnya merupakan ide kuliner populer di negara-negara Asia seperti Jepang dan Korea, dimana nasi biasanya disajikan dalam mangkuk bersama dengan berbagai macam lauk. Di Jepang, hidangan ini disebut sebagai "*donburi*," sedangkan di Korea, hidangan ini dikenal sebagai "*bibimbap*." Konsep ini mulai

populer di Indonesia pada awal tahun 2000-an, khususnya saat restoran-restoran khas Jepang dan Korea yang menambahkan *rice bowl* ke dalam menu mereka. Berkembangnya *rice bowl* secara pesat terjadi pada tahun 2020 dengan kepraktisan yang dimiliki (Riskita, 2022). Kebanyakan masyarakat Indonesia yang memiliki gaya hidup serba cepat dan cenderung mencari sesuatu yang praktis sangat cocok untuk membeli produk *rice bowl*. Selain mudah dan praktis, proses produksi *rice bowl* juga cukup mudah untuk dibuat dan modalnya tidak terlalu besar (Sukanto, 2022).

Saat ini, *rice bowl* merupakan salah satu kuliner yang digandrungi di Indonesia, khususnya di daerah perkotaan yang dekat dengan kampus-kampus. *Rice bowl* adalah nasi yang dihidangkan dalam mangkuk bersama lauk pauk dan komponen lain yang beragam. Kini *rice bowl* hadir dalam banyak varian atau rasa. Beberapa varian saus yang ada sekarang ini diantaranya sambal geprek, sambal balado, cabai hijau, saus mentega, lada hitam, *barbeque*, teriyaki dan lain sebagainya. Industri *rice bowl* dipandang sebagai usaha bisnis yang menjanjikan karena popularitasnya yang terus meningkat. Para pengusaha dapat memulai bisnis ini dengan investasi yang relatif rendah dan menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi preferensi konsumen yang berbeda dalam hal rasa dan harga. Selain itu, maraknya layanan pesan antar makanan dan *online delivery* telah menyederhanakan proses pendistribusian produk *rice bowl*, sehingga hal ini memungkinkan bisnis untuk menjangkau target pelanggan yang lebih luas lagi.

Munculnya ide untuk menjalankan usaha RRB *Rice Bowl (Rice Rice Baby) Rice Bowl* dilatarbelakangi oleh banyaknya masyarakat yang gemar untuk

menyantap makanan tersebut, hal ini karena *rice bowl* terbukti sangat praktis untuk dinikmati, banyak pilihan saus yang ditawarkan serta harganya yang relatif ramah dikantong pelajar maupun mahasiswa. Dalam persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, penting untuk adanya inovasi agar dapat membedakan diri dengan bisnis kuliner lainnya. Banyak pengusaha *rice bowl* mencoba berkreasi dengan berbagai jenis protein (seperti ayam, daging sapi, dan ikan) serta pilihan saus dan bumbu yang beragam. Salah satu inovasi yang dilakukan RRB ada pada variasi saus yang kami tawarkan. Di RRB terdapat pilihan saus Tartar dan *Salted Egg* yang saat ini sangat digemari oleh anak-anak muda, kedua saus ini memiliki rasa yang unik dan ciri khas tersendiri sehingga diharapkan dengan adanya varian saus ini dapat semakin menarik banyak konsumen untuk membeli dan mencoba produk *rice bowl* yang ditawarkan oleh RRB *Rice Bowl*.

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan eksternal dan internal dilakukan untuk menyusun analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis lingkungan internal didasarkan pada kondisi real bisnis yang akan/sedang dijalankan sedangkan analisis lingkungan eksternal dapat didasarkan pada riset pasar dan identifikasi pasar. Analisis SWOT sangat penting dilakukan pada bisnis yang akan dijalankan karena dengan adanya analisa ini kita bisa mengetahui situasi dan kondisi yang sedang terjadi pada bisnis kita dan lingkungan sekitar. Analisis SWOT terdiri dari 4 komponen, yaitu:

1) *Strengths* (S) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi keunggulan dari bisnis atau ide yang dijalankan,
2) *Weaknesses* (W) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi kelemahan dari bisnis atau ide yang dijalankan,
3) *Opportunities* (O) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi peluang untuk kelancaran kegiatan bisnis yang berasal dari lingkungan eksternal,
4) *Threats* (T) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi ancaman untuk kelancaran kegiatan bisnis yang berasal dari lingkungan eksternal.

Berikut adalah analisis matriks SWOT yang telah dilakukan oleh RRB *Rice bowl* ditunjukkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Analisis Matriks SWOT RRB *Rice Bowl*

	Strength	***Weakness***
	1. Varian saus *rice bowl* yang berbeda dari kompetitor. 2. Menggunakan bahan baku yang berkualitas. 3. Lokasi bisnis strategis sekitar kampus UII.	1. Masih kurangnya promosi yang dilakukan sehingga banyak konsumen yang belum bisa dijangkau RRB. 2. Kegiatan operasional yang masih dikerjakan sendiri.
Opportunity 1. Masih sedikitnya kompetitor yang memiliki varian saus yang sama dengan RRB. 2. Gaya hidup konsumen yang menyukai makanan praktis dan enak. 3. Kemudahaan mengakses internet untuk mencari ide kuliner baru.	**Strategi SO** ***(Strengths-Opportunities)*** 1. Menyajikan *rice bowl* dengan varian saus yang berbeda dan enak rasanya. 2. Pemesanan yang mudah dan praktis melalui akun media sosial RRB.	**Strategi WO** ***(Weakness-Opportunities)*** 1. Mengatur jadwal untuk mengunggah konten di media sosial RRB. 2. Menerapkan sistem *pre order* dan membatasi pesanan sesuai dengan kemampuan produksi.
Threat 1. Terdapat kompetitor yang lebih terkenal. 2. Harga bahan baku dipasar yang berubah-ubah.	***Strategi* ST** ***(Strengths-Threats)*** 1. Selalu konsisten pada rasa dan kualitas *rice bowl* yang ditawarkan. 2. Membuat promo-promo menarik bagi konsumen RRB.	***Strategi* WT** ***(Weakness-Threats)*** 1. Menambah kegiatan pemasaran melalui berbagai cara seperti pemasaran dari mulut kemulut dan pemasar melalui berbagai macam media sosial. 2. Melakukan proses produksi dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas.

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

RRB *(Rice Rice Baby) Rice Bowl*, adalah bisnis kuliner yang menyajikan *rice bowl* dengan potongan ayam goreng dan varian saus yang enak dan beragam. Berikut adalah profil usaha dari RRB *Rice Bowl*.

1. Nama

   Nama usaha yang akan dijalankan yaitu RRB *Rice Bowl*, kepanjangan dari *Rice Rice Baby*.

2. Lokasi

   Usaha berlokasi di Jalan Kaliurang Km. 12,5 Dusun Sembung. Lokasi usaha sangat strategis karena berdekatan dengan kampus Universitas Islam Indonesia (UII).

3. Bidang kegiatan/usaha dan produk yang dihasilkan

   Bidang kegiatan usaha yang dijalankan yaitu bidang *F&B* (*food and beverages)*, spesifikasinya yaitu pada penjualan produk *rice bowl* siap santap.

4. Target Pasar

   Target pasar yang ingin dituju adalah mahasiswa di sekitar kampus UII, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk memperluas jangkauan konsumen di semua kalangan usia.

5. Gambaran pesaing

   Terdapat beberapa pesaing yang telah menjalankan bisnisnya di sekitar kampus UII, diantaranya adalah Luwe *Rice Bowl* dan Lapar Ya *Rice Bowl*.

6. Keunggulan/keunikan yang dimiliki

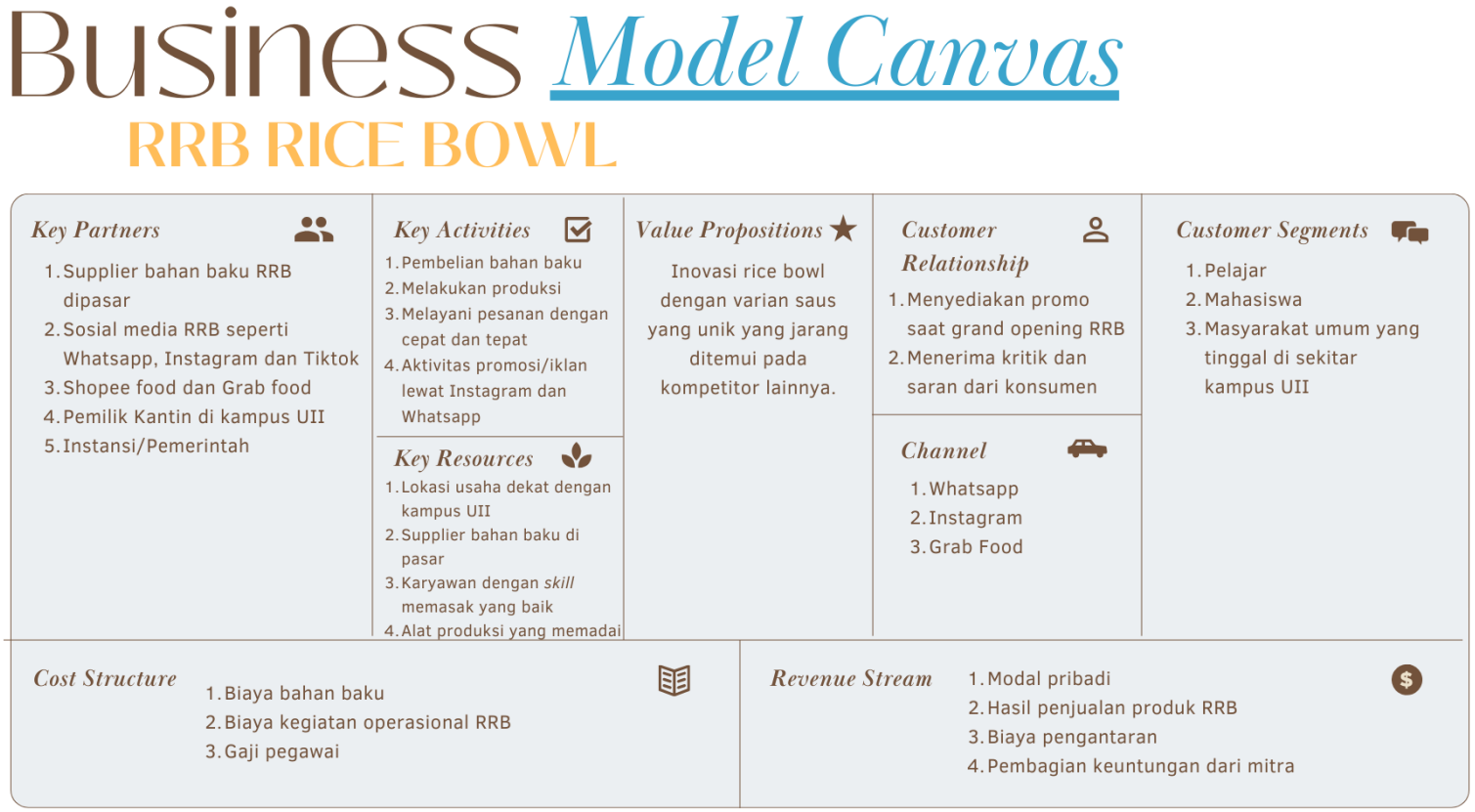
   Keunggulan yang ingin ditonjolkan dari RRB ada dalam variasi sausnya. Selain adanya varian sambal geprek dan sambal matah, terdapat varian saus tartar dan *salted egg* yang jarang ditemukan pada pesaing lainnya. RRB juga selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas yang dibeli langsung dari pasar di sekitar tempat lokasi usaha.

7. Teknologi yang akan diadopsi dan gambaran lain yang relevan

   Dalam menjalankan bisnis ini, kami menerapkan sistem pembayaran Shopee *Pay*, OVO, Dana dan bank transfer. Pemasaran juga aktif dilakukan melalui media sosial RRB, kami selalu aktif memberikan informasi dan update terbaru mengenai proses ataupun promosi apa saja yang ada di dalam RRB.

2.2 Model Bisnis *(Business Model Canvas)*

Model Bisnis merujuk kerangka kerja yang menjelaskan cara suatu perusahaan menciptakan dan menentukan nilai dalam suatu pasar. Model bisnis bukan hanya tentang bagaimana sebuah bisnis menghasilkan keuntungan, tetapi juga tentang bagaimana mereka berinteraksi dengan konsumen, mitra, dan faktor lain dalam ekosistem bisnisnya. Salah satu model bisnis yang bisa dipilih untuk mengidentifikasi ekosistem bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). Pada Gambar 2.1 di bawah ini disajikan BMC dari RRB *Rice Bowl*.



Gambar 2.1 ***Business Model Canvas*** (BMC) **RRB** ***Rice Bowl***

Di bawah ini dijabarkan setiap poin dari BMC yang dimiliki RRB *Rice Bowl.*

1. *Customer Segments*.

   Segmen konsumen yang ingin dituju oleh RRB *Rice Bowl* adalah pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum yang tinggal di sekitar kampus Universitas Islam Indonesia (UII), untuk usia konsumen tidak menutup kemungkinan memperluas jangkauan konsumen di semua kalangan usia.

2. *Value Proposition*.

   Terdapat varian saus *salted egg* dan saus tartar yang unik dan belum banyak kompetitor yang memiliki varian saus tersebut sehingga bisa menjadi keunggulan dari RRB sendiri.

3. *Channel.*

   Channel yang digunakan untuk berkomunikasi dengan *audiens* yaitu melalui media sosial seperti, Instagram, Whatsapp, dan Grab *Food*.

4. *Customer Relationships*.

   Cara RRB untuk membangun hubungan dengan *customer*nya adalah dengan memberikan promo selama masa *grand opening* RRB *Rice Bowl* dan selalu menerima kritik dan saran yang disampaikan konsumen RRB.

5. *Revenue streams*.

   Pendapatan utama RRB diperoleh dari modal yang disetorkan, hasil penjualan *rice bowl*, biaya pengantaran dan pembagian hasil dari mitra.

6. *Key resources*.

   Sumber daya pendukung kegiatan usaha berupa lokasi usaha, daftar *supplier* bahan baku, karyawan dengan kemampuan yang baik dan peralatan produksi

7. *Key activities*.

   Kegiatan RRB meliputi pembelian bahan baku, melakukan produksi *rice bowl*, dan melayani pembelian dengan konsumen RRB.

8. *Key partners*.

   Kerja sama yang dijalin oleh RRB adalah dengan para *supplier* bahan baku di pasar, penggunaan aplikasi sosial media seperti Instagram dan Whatsapp dan juga kerja sama dengan *platform* pemesanan makanan *online* seperti Shopee *Food* dan Grab Food.

9. *Cost structure*.

   Biaya yang dikeluarkan selama menjalankan bisnis ini diantaranya biaya pembelian bahan baku, biaya operasional usaha dan biaya upah karyawan RRB *Rice Bowl*.

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Rice Rice Baby (RRB) Rice Bowl adalah usaha yang bergerak dibidang *Food and Beverage*. *Food and Beverage* atau biasa disingkat F&B adalah sektor industri yang bergerak di bidang pembuatan dan penyajian makanan atau minuman. RRB mulai beroperasi pada bulan Mei 2023. RRB memfokuskan usahanya pada penjualan *rice bowl* potongan ayam goreng dengan berbagai varian saus dan sambal yang menarik. Varian saus dan sambal yang ditawarkan yaitu *rice bowl* saus tar-tar, saus *salted egg*, sambal geprek dan sambal matah. Pada Gambar 3.1 dibawah disajikan logo dari RRB *Rice Bowl*



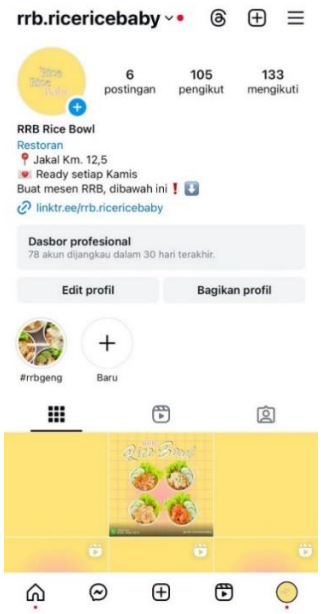
Gambar 3.1 Logo RRB *Rice Bowl*

RRB *Rice Bowl* berlokasi di Jalan Kaliurang Km. 12,5 Dusun Sembung RT 01 RW 28 tepatnya di D'Coz 2 yang tidak lain adalah tempat tinggal *owner* sendiri. Untuk pemesanan *rice bowl* hanya bisa dilakukan dengan sistem *pre-order* dan

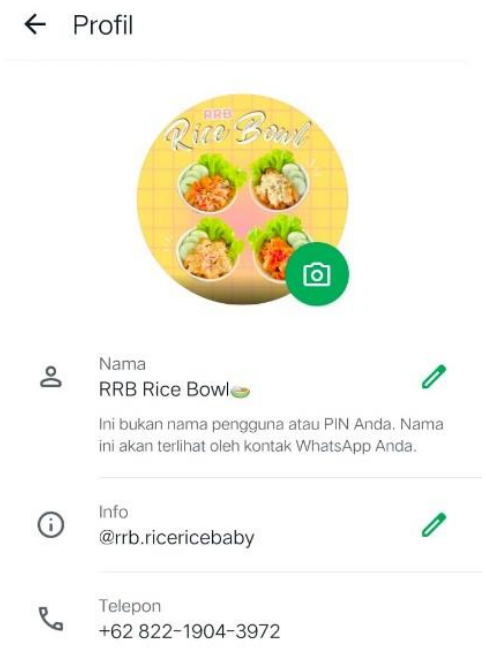
secara *takeaway*. *Pre-order* dilakukan dengan membuat setiap seminggu sekali yaitu dihari Kamis dari jam 07.00 WIB sampai jam 15.00 WIB. Target pasar yang ingin dituju adalah mahasiswa di sekitar kampus UII, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk memperluas jangkauan konsumen di semua kalangan usia.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

Selama menjalankan usahanya, strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk RRB *Rice Bowl* ini dilakukan melalui 2 cara, yaitu promosi lewat media sosial dan penjualan langsung dari konsumen ke konsumen. Pemasaran berbasis media sosial menjadi hal yang tidak dapat diabaikan, apalagi diera digital seperti sekarang hampir setiap orang memiliki akses ke *platform* media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Oleh karenanya, dengan kita memanfaatkan platform ini sebagai alat pemasaran dapat menjadi langkah yang bijaksana untuk keberlanjutan usaha RRB. Berikut ditampilkan pada Gambar 3.2 dan Gambar 3.3, akun Instagram dan Whatsapp yang dimiliki oleh RRB *Rice Bowl*.



Gambar 3.2 Akun Instagram RRB *Rice Bowl*



Gambar 3.3 Akun Whatsapp RRB *Rice Bowl*

Pemasaran pada kedua *platform* media sosial tersebut rutin dilakukan setiap minggunya, RRB *Rice Bowl* membagikan *postingan* mengenai informasi produk dan pemesanan melalui Instagram *story* dan Whatsapp *story* diakun sosial medianya. RRB memaksimalkan pembuatan konten yang menarik melalui Instagram *story* untuk membangun komunikasi dan mendapatkan konsumen melalui postingan yang diunggah. Pada gambar 3.4 ditampilkan contoh postingan di Instagram *story* RRB *Rice Bowl.*

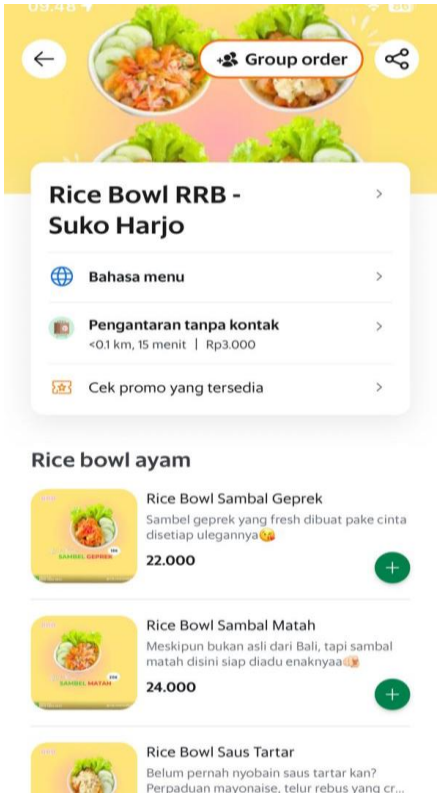


Gambar 3.4 *Postingan Pre Order* RRB *Rice Bowl*

Selain memasarkan produk melalui media sosial dan ke konsumen langsung, RRB juga mulai melakukan penjualan di kantin-kantin yang ada di UII. Hal ini dilakukan memasuki bulan kedua berjalannya usaha, sebelumnya *owner* melakukan survei pada kantin-kantin yang akan dituju dan didapatkan hasil bahwa peminat *rice bowl* di kampus UII cukup banyak jumlahnya. Sehingga *owner* memutuskan untuk menambah penjualan di kantin tersebut. Kantin yang menjadi tujuan penitipan produk RRB *rice bowl* adalah kantin Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) dan Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE). Penitipan produk dilakukan setiap hari kamis pada pukul 07.00 sampai dengan pukul 15.00 WIB.

Dengan adanya penjualan di 2 tempat yang berbeda tentunya membuat harga produk yang ditawarkan pun ikut berbeda, hal ini karena menyesuaikan dengan harga pasaran yang sudah ada. Untuk harga produk *rice bowl* yang dibeli lewat media sosial RRB dibanderol dengan harga Rp20.000 (dua puluh ribu rupiah), sedangkan untuk *rice bowl* yang dititipkan di kantin-kantin UII dibanderol dengan harga Rp12.000 (dua belas ribu rupiah). Meskipun harga yang ditawarkan berbeda RRB tetap menjaga kualitas dari produknya sendiri, perbedaannya hanya terletak pada kuantitas produk yang harus menyesuaikan dengan harga yang ada di pasaran. Untuk *rice bowl* dengan harga Rp20.000 menggunakan wadah cup 650 ml, dan untuk *rice bowl* dengan harga Rp10.000 menggunakan wadah cup 500 ml.

Pada bulan kedua berjalannya usaha, *owner* juga mulai mendaftarkan RRB di aplikasi pemesanan makanan *online* yaitu *Grab Food*. Tetapi sampai memasuki bulan ketiga, belum ada yang melakukan pemesanan *rice bowl* melalui aplikasi Grab tersebut. Hal ini dikarenakan kurang menariknya promo yang ditawarkan RRB dan sudah banyak pesaing yang namanya lebih besar dan dikenal oleh masyarakat luas, pesaing ini juga menawarkan promo makanan yang lebih besar sehingga lebih banyak konsumen yang tertarik untuk memesan *rice bowl* di toko pesaing dibandingkan memesan di RRB *Rice Bowl*. Akun *Grab Food* RRB ditunjukkan pada gambar 3.5.



Gambar 3.5 Akun *Grab Food* RRB *Rice Bowl*

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

RRB *Rice Bowl* adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan siap saji, khususnya produk *rice bowl* ayam dengan berbagai varian saus dan sambal. Proses produksi dilakukan setiap diadakannya PO (*Pre Order*) sesuai dengan jumlah pesanan yang ada di hari tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan kesegaran dan kualitas produk yang optimal dan menghindari terjadinya *food waste* pada produk yang dibuat. Untuk tahapan proses produksi dalam pembuatan RRB *Rice Bowl* ditunjukkan pada Gambar 3.6 dibawah ini.



Gambar 3.6 Alur proses produksi RRB *Rice Bowl*

Berikut ini dijebarkan tahapan dari setiap alur proses produksi yang dilakukan RRB *Rice Bowl,* mulai dari pembelian bahan baku hingga pendistribusian *rice bowl* ke konsumen RRB.

1. Pembelian bahan baku

Dalam memproduksi RRB *Rice Bowl* dibutuhkan bahan baku yang beragam. Kebutuhan bahan baku bisa berubah-ubah sesuai dengan permintaan pada masa *pre-order*. *Owner* selalu melakukan pembelian bahan baku di Pasar Kolombo yang terletak di Jl. Kaliurang Km. 7 Kentungan, karena harga bahan baku yang ada di pasar tersebut sangat terjangkau dan kualitasnya pun baik. Sedangkan untuk pembelian bahan baku lain seperti kemasan *rice bowl* dan pelengkapnya dilakukan di toko lain yang berbeda. Beberapa *supplier* yang menjadi langganan untuk membeli bahan baku yaitu di antaranya :

1) Ayam Potong Segar Pak Aris, yang terletak di Jl. Besi Jangkang, Klidon, Ngaglik, Sleman.

2) Kios Mbak Asri, yang terletak di Pasar Kolombo, Jl. Sengkan, Kentungan, Condongcatur, Depok, Sleman.
3) Toko Plastik dan Kemasan Enam Puluh, yang beralamatkan di Jl. Kaliurang No. 30, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman.

Dalam sekali produksi, bisa menghasilkan sekitar 5 hingga 10 *rice bowl* setiap masa *pre order*. Dibutuhkan sekitar 1 kg ayam *fillet* yang dipotong dadu dan kemudian digoreng dengan tepung kering. Untuk kebutuhan bahan baku lain seperti bawang, cabai, perbumbuan dan lainnya bisa berubah-ubah sesuai dengan berapa banyak varian yang dipesan saat masa *pre order*.

2. Menyiapkan Alat dan Bahan Baku

Persiapan atas alat dan bahan untuk proses produksi penting dilakukan sebelumnya. Berikut adalah daftar dari alat dan bahan yang dibutuhkan selama proses produksi RRB:

Alat

Pisau dapur	Wajan penggorengan
Talenan	Panci
Baskom	Sendok
Spatula/sutil	*Rice Cooker*
Serokan/saringan minyak	Mangkok saus dan sambal
Kompor	Tabung gas
Cup *rice bowl*	Plastik
Sendok	Stiker logo

Bahan

Beras	Ayam	Tepung terigu
Mayonaise	Susu cair	Minyak
Telur ayam	Telur asin	Bawang merah
Bawang putih	Bawang bombay	Cabai merah
Cabai rawit	Serai	Daun jeruk
Jeruk nipis	Lemon	Garam
Lada	*Parsley*	Penyedap rasa
Timun	Selada	

3. Proses Produksi

Proses produksi dilakukan di tempat tinggal *owner*, sehingga sebagian besar fasilitas dan alat produksi sudah tersedia di lokasi produksi seperti wajan, baskom, pisau, spatula, talenan bahkan kompor dan tabung elpiji. Dibawah ini adalah penjelasan tahap demi tahap dari proses produksi RRB Rice Bowl, yaitu:

1) Persiapan bahan baku

Bahan baku yang sudah dibeli seperti daging ayam, telur, selada, timun, bawang-bawangan, cabai dan lain-lain dicuci bersih dan dipotong sesuai dengan jumlah yang akan diproduksi. Beras juga tidak lupa untuk dicuci lalu dimasak di *rice cooker* yang sudah disiapkan. Beberapa bahan yang dibutuhkan untuk membuat seporsi *rice bowl* ditunjukkan pada Gambar 3.7 dibawah.



Gambar 3.7 Persiapan bahan baku untuk proses produksi RRB *Rice Bowl*

2) Pemasakan ayam goreng, saus dan sambal *rice bowl*

Untuk proses penggorengan ayam dilakukan dengan melumuri ayam yang sudah dimarinasi kedalam adonan tepung kering, lalu dicelupkan kedalam air, lalu dibaluri dengan tepung kering lagi dan selanjutnya ayam siap digoreng hingga warnanya kuning keemasan. Ayam yang sudah digoreng ditunjukkan pada Gambar 3.8 dibawah.



Gambar 3.8 Ayam goreng yang sudah digoreng

Untuk pembuatan saus tar-tar, telur ayam direbus hingga matang lalu dihancurkan dan dicampur dengan saus mayonaise dan bawang bombay lalu diberikan perasan jeruk lemon dan perasa seperti garam, penyedap dan lada serta taburan *parsley*.

Untuk pembuatan saus *salted egg*, telur asin diambil bagian kuningnya lalu dihancurkan dan dicampur dengan susu *full cream*, kemudian potong cabai merah, bawang putih dan bawang bombay dan ditumis dengan margarin hingga kecoklatan, jika sudah masukan campuran susu dan telur asin tadi, tambahkan penyedap dan lada lalu masak hingga mengental.

Untuk membuat sambal matah, cukup iris semua bahan seperti bawang merah, cabai rawit, sereh dan saun jeruk. Berikan seasoning seperti garam, penyedap dan perasan jeruk nipis lalu tuang dengan minyak panas.

Untuk pembuatan sambal geprek, cukup uleg kasar cabai rawit dan bawang putih, beri penyedap secukupnya kemudian tuang juga dengan minyak panas yang telah disiapkan sebelumnya.

4. Melakukan pengemasan *rice bowl*

Pengemasan *rice bowl* diawali dengan mempersiapkan cup/wadah *rice bowl* sesuai dengan jumlah pesanan yang ada. Setelah itu, nasi yang sudah dimasak tadi dimasukkan kedalam cup *rice bowl* untuk kemudian ditata dengan pelengkap lainnya. Dalam 1 pcs *rice bowl* terdapat nasi, selada, timun, potongan ayam dan saus/sambal khas RRB.

5. Pendistribusian *rice bowl* ke konsumen

Setelah dilakukan pengemasan, *rice bowl* siap diantarkan kepada konsumen yang sudah mengikuti *pre order* dihari tersebut. Selain itu, penitipan di kantin yang ada di UII juga rutin dilakukan setelah proses produksi *rice bowl* selesai.

Proses produksi dijalankan dengan memanfaatkan dapur bersama di dalam kos *owner* yang sudah dilengkapi dengan beberapa alat produksi seperti kompor, gas dan pisau dapur dengan tetap memperhatikan aspek kebersihan dan keamanan pangan. Dapur produksi RRB berukuran 3x5 meter dengan *layout* seperti ditunjukkan pada Gambar 3.9 dibawah ini.



Gambar 3.9 *Layout* tempat produksi RRB *Rice Bowl*

Waktu yang diperlukan untuk melakukan produksi RRB *Rice Bowl* di setiap PO nya berkisaran 2-3 jam dan dalam sekali produksi bisa menghasilkan 5 sampai

10 pcs *rice bowl* semua varian. Pada Tabel 3.1 dijelaskan mengenai *timeline* dari proses produksi RRB *Rice Bowl* dari awal hingga akhir.

Tabel 3.1 Jadwal Produksi RRB *Rice Bowl*

Waktu	Kegiatan
06.00 – 08.00	Proses produksi *rice bowl* diantaranya menggoreng ayam, membuat sambal dan memasak nasi.
08.00 – 08.30	Proses pengemasan *rice bowl*.
08.30 – 09.00	Pengantaran *rice bowl* ke konsumen dan kantin UII

Berikut adalah foto dari desain label stiker dan penempelan stiker produk RRB *Rice Bowl* yang ditunjukkan pada Gambar 3.10 dan 3.11.



Gambar 3.10 Desain label stiker RRB *Rice Bowl*

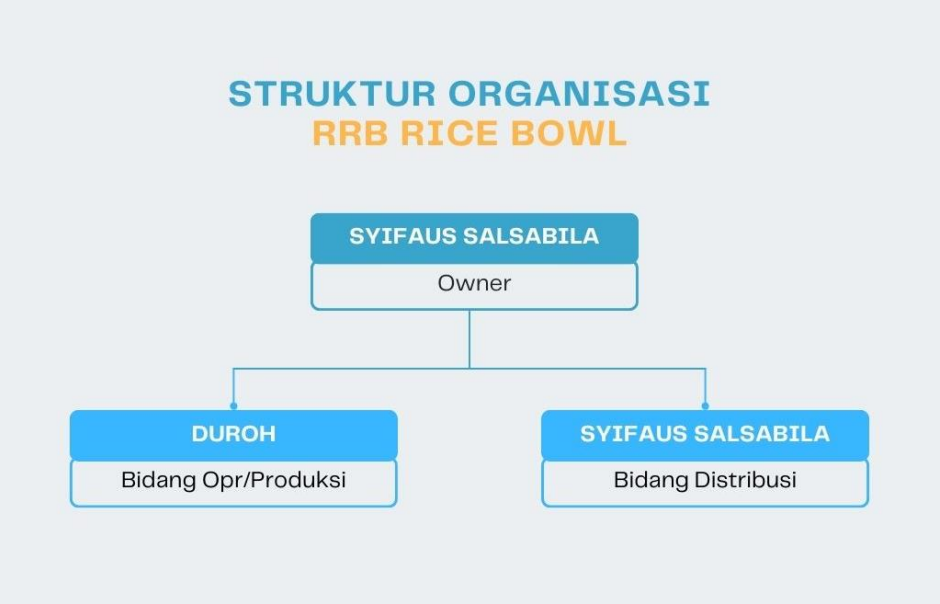


Gambar 3.11 Contoh produk RRB *Rice Bowl* yang sudah ditempel stiker

.

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada Gambar 3.12 di bawah ini ditunjukkan struktur organisasi dari RRB *Rice Bowl*. Selama menjalankan usahanya, struktur organisasi yang dianut RRB tergolong sederhana. Struktur organisasi ini terdiri dari *owner* dan 1 karyawan lainnya. Dikarenakan bisnis yang dijalankan masih dalam tahap awal sehingga belum membutuhkan karyawan yang banyak, tetapi dengan pengelolaan aspek-aspek SDM secara efektif dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kualitas pelayanan, yang nantinya akan berkontribusi pada keberhasilan dan pertumbuhan bisnis RRB *Rice Bowl*.



Gambar 3.12 Struktur organisasi RRB *Rice Bowl*

Berikut ini dijabarkan deskripsi pekerjaan dari setiap bidang yang ada di struktur organisasi RRB *Rice bowl.*

1. Owner, Syifaus Salsabila

   Tugas *owner* disini memastikan agar semua kegiatan di RRB berjalan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. *Owner* juga mempunyai tanggung jawab sebagai admin yang mengatur seluruh laporan, dokumen dan sosial media RRB. *Owner* juga bisa ikut terlibat dalam kegiatan produksi dan penyaluran *rice bowl* ke konsumen, hal ini dilakukan karena untuk mengurangi biaya penggajian karyawan sehingga dana nya bisa diputar untuk biaya produksi selanjutnya.

2. Bidang Operasional/produksi, Duroh

   Bidang operasional/produksi RRB saat ini dilakukan oleh kakak *owner* sendiri. Bidang ini berfokus pada kegiatan produksi yang ada di RRB, mencakup membuat daftar stok bahan, menyiapkan alat dan bahan baku, melakukan

penyimpanan bahan, melakukan proses memasak *rice bowl*, pengemasan *rice bowl* dan melakukan *quality control* pada produk *rice bowl* yang sudah jadi.

3. Bidang Distribusi, Syifaus Salsabila

   Owner juga mencakup tugas pada bidang distribusi. Bidang ini memiliki tugas utama untuk melakukan pengantaran kepada para konsumen. Selain itu, pembelian bahan baku juga bisa dilakukan oleh bidang ini didampingi dengan bidang operasional/produksi

Selama 3 bulan berjalannya usaha *rice bowl* ini, belum dilakukan perekrutan karyawan baru karena masih adanya keterbasan materi dan proses produksi yang belum terlalu besar sehingga dengan jumlah karyawan yang ada pun kegiatan operasional RRB masih bisa berjalan dengan baik. Tetapi jika kedepannya usaha RRB *Rice Bowl* mengalami kemajuan dan perkembangan maka akan dilakukan perekrutan karyawan lain agar dapat menunjang proses produksi dan kelancaran usaha yang telah dijalankan.

Sistem pembayaran gaji dan kompensasi karyawan RRB *Rice Bowl* dihitung sebesar 20% dari laba/keuntungan dalam setiap produksi yang dilakukan. Jadi, sistem penggajian tidak dilakukan per bulan, tetapi per banyaknya produksi yang dilakukan setiap masa *pre-order*. Setelah dijalankannya usaha selama 3 (tiga) bulan, nyatanya sistem penbayaran gaji dan kompensasi ini dibayarkan seluruhnya kepada *owner* dikarenakan sebagian besar pekerjaan pada masing-masing bagian dilakukan oleh *owner* sendiri..

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Selama menjalankan usaha RRB *Rice Bowl* selama kurang lebih 3 bulan, *owner* telah melakukan pencatatan keuangan untuk semua kegiatan yang terjadi di dalam usaha ini. Pencatatan tersebut dilakukan dari bulan Mei 2024 – Juli 2024. Berikut diuraikan mengenai perkembangan keuangan bisnis RRB *Rice Bowl* selama 3 bulan berjalan.

1. Perkembangan Bulan Pertama

Tabel 3.2 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Mei 2024

No	Bulan	Keterangan	Harga per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Mei	*Rice Bowl* Saus *Salted Egg*	Rp20.000	10 unit	Rp200.000
		Rice Bowl Saus Tartar	Rp20.000	8 unit	Rp160.000
		Rice Bowl Sambal Matah	Rp20.000	10 unit	Rp200.000
		Rice Bowl Sambal Geprek	Rp20.000	5 unit	Rp100.000
TOTAL PENJUALAN				**33 unit**	**Rp660.000**

Tabel 3.2 menunjukkan total produk *rice bowl* yang sudah terjual selama bulan Mei 2024. Jumlah produk yang terjual selama bulan Mei yaitu sebanyak **33 unit**. Jumlah pendapatan yang dihasilkan sebesar **Rp660.000** yang dibagi dalam bentuk tunai (*cash*) dan transfer.

2. Perkembangan Bulan Kedua

Tabel 3.3 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Juni 2024

No	Bulan	Keterangan	Harga per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Juni	*Rice Bowl* Saus *Salted Egg*	Rp20.000	10 unit	Rp200.000
		Rice Bowl Saus Tartar	Rp20.000	8 unit	Rp160.000
		Rice Bowl Sambal Matah	Rp20.000	12 unit	Rp240.000
		Rice Bowl Sambal Geprek	Rp20.000	6 unit	Rp120.000
		Rice Bowl Saus *Salted Egg* Kantin	Rp10.000	7 unit	Rp70.000
		Rice Bowl Saus Tartar Kantin	Rp10.000	6 unit	Rp60.000
		Rice Bowl Sambal Matah Kantin	Rp10.000	8 unit	Rp80.000
		Rice Bowl Sambal Geprek Kantin	Rp10.000	3 unit	Rp30.000
TOTAL PENJUALAN				**60 unit**	**Rp960.000**

Jumlah produk yang terjual selama bulan Juni yaitu sebanyak **60 unit.** Jumlah pendapatan yang dihasilkan sebesar **Rp960.000**. Penjualan *rice bowl* juga dilakukan dengan menitipkan produk di kantin-kantin UII. Perincian total produk yang sudah dijual selama bulan Juni dijabarkan pada Tabel 3.3.

3. Perkembangan bulan ketiga

Tabel 3.4 Total Penjualan Produk RRB *Rice Bowl* bulan Juli 2024

No	Bulan	Keterangan	Harga per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Juli	*Rice Bowl* Saus *Salted Egg*	Rp20.000	7 unit	Rp140.000
		Rice Bowl Saus Tartar	Rp20.000	6 unit	Rp120.000
		Rice Bowl Sambal Matah	Rp20.000	10 unit	Rp200.000
		Rice Bowl Sambal Geprek	Rp20.000	2 unit	Rp40.000
		Rice Bowl Saus *Salted Egg* Kantin	Rp10.000	8 unit	Rp80.000
		Rice Bowl Saus Tartar Kantin	Rp10.000	3 unit	Rp30.000
		Rice Bowl Sambal Matah Kantin	Rp10.000	7 unit	Rp70.000
		Rice Bowl Sambal Geprek Kantin	Rp10.000	4 unit	Rp40.000
TOTAL PENJUALAN				**47 unit**	**Rp720.000**

Perincian total produk yang sudah dijual selama bulan Juli dijabarkan pada Tabel 3.4. Jumlah produk yang terjual selama bulan Juli yaitu sebanyak **47 unit.** Jumlah pendapatan yang dihasilkan sebesar **Rp720.000**. Penjualan *rice bowl* dibulan ketiga ini sempat mengalami penurunan dikarenakan para mahasiswa di UII sedang menjalankan UAS (Ujian Akhir Semester) dan juga adanya persiapan untuk mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang rutin dilakukan setiap bulan Januari dan Agustus.

Pada Tabel 3.5 di bawah ini, ditunjukkan total keseluruhan dari penjualan semua varian *rice bowl* selama 3 bulan bisnis berjalan.

Tabel 3.5 Total Penjualan Produk RRB Rice Bowl bulan Mei-Juli 2024

No	Keterangan	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	*Rice Bowl* Saus *Salted Egg*	42 unit	Rp690.000
2.	*Rice Bowl* Saus Tartar	31 unit	Rp530.000
3.	*Rice Bowl* Sambal Matah	**47 unit**	Rp790.000
4.	*Rice Bowl* Sambal Geprek	20 unit	Rp330.000
TOTAL		**140 Unit**	**Rp2.340.000**

Berdasarkan hasil penjualan selama 3 (tiga) bulan, dinyatakan bahwa *rice bowl* sambal Matah adalah varian produk yang paling digemari dan banyak dipesan oleh konsumen, disusul dengan *rice bowl* varian saus *salted egg*, saus tartar dan sambal geprek. Hal ini menunjukkan keunikan yang ingin ditonjolkan oleh RRB *Rice Bowl* melalui adanya varian saus *salted egg* dan tartar, masih kalah bersaing dengan varian yang sudah lumrah di pasaran yaitu sambal matah.

Tabel 3.6 Laporan Laba/Rugi selama 3 bulan

RRB *RICE BOWL* LAPORAN LABA RUGI PERIODE MEI – JULI 2024	
Penjualan	Rp2.340.000
Harga Pokok Produk	Rp1.493.700
Laba Kotor	**Rp846.300**
Biaya Operasional	
Biaya upah	Rp468.000
Biaya gas dan listrik	Rp150.000
Total Biaya Operasional	**Rp618.000**

Laba Bersih	**Rp228.300**

Pada Tabel 3.6 dijabarkan mengenai Laporan Laba Rugi RRB Rice Bowl yang dibuat berdasarkan data penjualan dan biaya-biaya yang digunakan selama 3 (tiga) bulan usaha. Jumlah penjualan yang dihasilkan selama 3 (tiga) bulan ini sebesar Rp2.340.000, dikurangi dengan Harga Pokok Penjualan sebanyak Rp1.493.700. Hasilnya, didapatkan laba kotor yang sebesar Rp846.300 kemudian laba kotor dikurangi dengan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional RRB sebesar Rp618.000. Setelah mengurangkan laba kotor dengan total biaya operasional didapatkan keuntungan sebesar Rp228.300.

Tabel 3.7 Laporan Arus Kas RRB *Rice Bowl* selama bulan Mei - Juli 2024

RRB *RICE BOWL* LAPORAN ARUS KAS PERIODE MEI – JULI 2024			
	Mei	**Juni**	**Juli**
ARUS KAS KEGIATAN OPERASIONAL			
Kas Masuk	**Rp**	**Rp**	**Rp**
Hasil Penjualan	660.000	960.000	720.000
Total	660.000	960.000	720.000
Kas Keluar			
Biaya Variabel	344.000	642.000	507.700
Biaya Tetap	182.000	242.000	194.000
Total	(526.000)	(884.000)	(701.700)
Arus Kas Bersih Kegiatan Operasional	134.000	76.000	18.300
ARUS KAS KEGIATAN INVESTASI			
Kas Keluar			

Pembelian Peralatan	(712.000)	-	-
Arus Kas Bersih Kegiatan Investasi	(712.000)	-	-
ARUS KAS KEGIATAN PENDANAAN			
Investasi Awal	1.500.000	-	-
Arus Kas Bersih Kegiatan Pendanaan	1.500.000	-	-
Saldo Akhir Kas	**922.000**	**76.000**	**18.300**

Pada tabel 3.7, ditunjukkan Laporan Arus Kas dari RRB *Rice Bowl*. Laporan ini ditulis sesuai dengan data yang telah dicatat selama periode atau bulan yang berjalan. Laporan arus kas menghasilkan data berupa saldo akhir kas yang dimiliki pada setiap akhir periode. Dalam menyusun laporan arus kas, terdapat 3 komponen yang didasarkan pada 3 kegiatan utama, yaitu Arus kas dari kegiatan operasional (*cash flows from operating activities*), Arus kas dari kegiatan investasi (*cash flows from investing activities*) dan Arus kas dari kegiatan pendanaan (*cash flow from financing activities*).

Tabel 3.8 Neraca RRB *Rice Bowl* selama bulan Mei - Juli 2024

RRB *RICE BOWL* NERACA KEUANGAN PERIODE MEI – JULI 2024			
AKTIVA		PASIVA	
Aset Lancar		Liabilitas	
	Rp.		Rp.
Kas	1.028.300	Hutang Usaha	-
Total Aset Lancar	1.028.300	Total Kewajiban	-

Aset Tetap		Ekuitas	
Peralatan Produksi	712.000	Modal Awal	1.500.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan Produksi	(12.000**)**	Laba Berjalan	228.300
Total Aset Tetap	700.000	Total Ekuitas	1.728.300
Total Aktiva	**1.728.300**	**Total Pasiva**	**1.728.300**

Tabel 3.8 di atas menunjukkan Neraca Keuangan dari RRB *Rice Bowl*. Neraca adalah laporan keuangan yang menunjukkan nilai Aset, Kewajiban dan Ekuitas perusahaan pada periode atau bulan tertentu. Laporan Neraca RRB *Rice Bowl* dibuat dengan menggabungkan data selama 3 bulan berjalannya usaha yaitu mulai dari bulan Mei hingga Juli.

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital

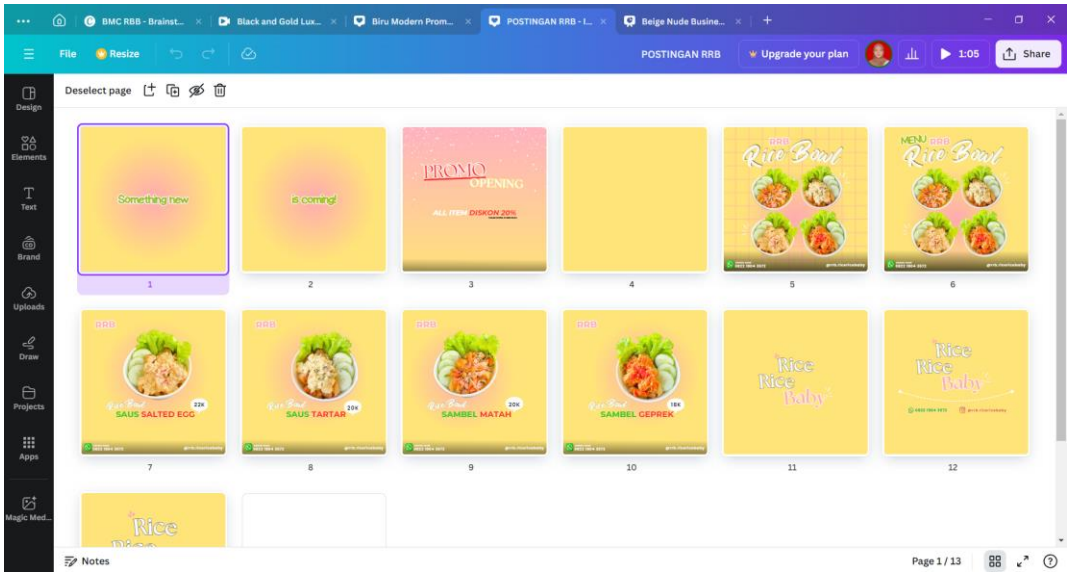
Dalam dunia bisnis makanan, RRB *Rice Bowl* sama seperti usaha makanan lainnya dapat memanfaatkan berbagai aspek teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan menambah keuntungannya. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran membantu usaha RRB untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, menarik pelanggan baru, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan yang sudah ada. Teknologi pembayaran digital juga mempermudah transaksi baik bagi pelanggan maupun pengusaha dengan menawarkan berbagai metode pembayaran yang aman dan terpercaya. Integrasi teknologi digital ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha *rice bowl*, tetapi juga membuka peluang untuk inovasi produk dan layanan yang lebih kreatif dan

menarik. Berikut dijelaskan penggunaan teknologi digital yang sudah diterapkan oleh RRB *Rice Bowl*.

1. Penggunaan gadget dan aplikasi digital

Dalam menjalankan seluruh kegiatan usaha, pastinya tidak terlepas dari *device* atau perangkat yang digunakan. Laptop dan *smartphone* milik *owner* sudah menjadi andalan selama menjalankan semua kegiatan yang ada di RRB. Laptop digunakan untuk membuat laporan dan catatan atas seluruh kegiatan yang dijalankan RRB seperti contohnya pembukuan keuangan, pembuatan laporan bisnis, mendesain katalog dan *postingan* produk RRB, dan masih banyak lagi. Sedangkan perangkat *smartphone* digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan operasional RRB serta melakukan pengunggahan konten di akun sosial media RRB *Rice Bowl*.

Terdapat juga beberapa aplikasi yang digunakan untuk membantu proses berjalannya bisnis ini diantaranya aplikasi Canva untuk mengedit *postingan* produk yang akan diunggah, aplikasi Microsoft Excel dan Word untuk melakukan pencatatan keuangan dan penulisan laporan, serta penggunaan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan konsumen dan mempromosikan produk RRB *Rice Bowl*. Pada gambar 3.13 dibawah ini ditunjukkan contoh penggunaan aplikasi Canva untuk melakukan pengeditan *postingan* yang akan diunggah di akun Instagram RRB *Rice Bowl*.



Gambar 3.13 Penggunaan aplikasi Canva untuk proses *editing*

2. Promosi lewat media sosial, Instagram

Penggunaan media sosial utama yang dipilih oleh RRB *Rice Bowl* adalah Instagram. Hal ini dikarenakan lebih banyak *audiens* yang menggunakan aplikasi ini dibandingkan aplikasi yang lainnya. Selain itu fitur-fitur yang ditawarkan Instagram juga lebih beragam dan dirasa cocok untuk menjalankan usaha makanan ini. Melalui fitur Instagram *Story*, konsumen bisa lebih tahu mengenai *update*-an terbaru yang ada di RRB seperti saat adanya masa *pre order* ataupun promo menarik dari RRB. Contoh unggahan di Instagram RRB ditunjukkan pada Gambar 3.14 dibawah.



Gambar 3.14 Contoh *postingan* Instagram *Story* RRB *Rice Bowl*

3. Pembayaran digital

Di zaman seperti sekarang ini, tentunya semua orang menyukai hal yang praktis-praktis contohnya kemudahan dalam pembayaran. Hal ini juga yang menjadi fokus RRB dalam menyediakan kemudahan pembayaran bagi para konsumen kami. Selain pembayaran dengan metode *cash*/tunai, RRB juga menyediakan pembayaran dengan metode QRIS, OVO dan bank transfer yang pastinya sudah terjamin keamanannya dan yang paling penting adalah kemudahan dalam bertransaksi dengan konsumen.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Selama kurang lebih 3 bulan menjalankan bisnis RRB *Rice Bowl*, pastinya terdapat kendala dan permasalahan selama proses bisnis berlangsung. Berikut ini adalah identifikasi masalah yang ditemukan dari bulan Mei 2024 sampai dengan Agustus 2024 :

1. Belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan RRB *Rice Bowl*.

   Hal ini dikarenakan kurangnya kegiatan *marketing* dan promosi yang dilakukan RRB sehingga yang melakukan pemesanan hanya pelanggan tetap dan teman-teman *owner* saja.

2. Kurangnya jumlah karyawan dalam kegiatan operasional RRB *Rice Bowl*.

   Kurangnya jumlah tenaga kerja dalam kegiatan operasional RRB membuat sebagian besar kegiatan bisnis ini masih dikerjakan sendiri oleh *owner*. Hal ini menyebabkan pengantaran produk kepada konsumen mengalami keterlambatan.

3. Harga bahan baku di pasar yang sering berubah-ubah.

   Perubahan pada harga bahan baku dipasar memang sudah sering terjadi, hal ini bisa dipengaruhi karena berbagai faktor salah satunya karena banyaknya permintaan akan suatu komoditi. Harga bahan baku yang berubah-ubah bisa menyebabkan laba/keuntungan yang diperoleh tidak menentu sehingga penulis harus menekan biaya produksi untuk agar tetap sesuai dengan anggaran yang sudah ditentukan.

4.2 Pemecahan Masalah

Dari permasalahan yang disebutkan di atas, penulis mencari dan menentukan solusi untuk pemecahan masalah-masalah tersebut, yaitu :

1. Agar lebih banyak lagi pasar yang bisa dijangkau, RRB giat untuk melakukan periklanan dan promosi yang menarik. Salah satunya adalah membagikan testimoni pelanggan yang merasa puas setelah membeli produk RRB *Rice Bowl*. Dengan mereka memberikan *review* dan mem-*posting* produk RRB di sosial medianya masing-masing maka akan semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan RRB dan kemudian menimbulkan hasrat ingin membeli dan merasakan varian *rice bowl* yang ditawarkan oleh RRB.
2. Untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja dalam proses produksi *rice bowl*, owner bersama tim operasional memutuskan untuk melakukan proses produksi lebih awal jika ada pesanan yang banyak pada hari itu. Dengan memulai kegiatan lebih awal dan melakukan pengerjaan yang cepat dan efektif maka proses produksi juga akan lebih cepat selesai sehingga pesanan *rice bowl* bisa cepat sampai ke tangan pelanggan RRB *Rice Bowl*.
3. Perubahan bahan baku memang tidak bisa dihindarkan dalam setiap usaha, solusi yang dipilih oleh RRB adalah dengan membeli beberapa bahan baku yang tahan masa simpannya pada saat harganya mengalami penurunan. Contohnya yaitu beras, minyak dan pertepungan. Selain itu, owner juga rutin mencari dan mengecek harga bahan baku di *supplier-supplier* lain agar selalu mengetahui harga terbaru di pasaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Rice Rice Baby (RRB) Rice Bowl adalah usaha yang bergerak dibidang F&B dan mulai berjalan pada bulan Mei 2024. RRB hadir dengan konsep *rice bowl* yang bukan hanya enak rasanya tetapi juga dengan tampilan yang unik dan menarik serta dengan harga yang masih ramah dikantong mahasiswa. Sejauh ini RRB *Rice Bowl* sudah berhasil menjual 140 pcs *rice bowl* dengan berbagai macam variannya.

Selama 3 bulan menjalankan bisnis ini, banyak permasalahan yang dihadapi RRB baik dari permasalahan internal maupun eksternal seperti persaingan yang ketat dengan kompetitor, kurangnya peralatan dan SDM dalam kegiatan operasional, dan adanya perubahan harga bahan baku di pasar. Tetapi dibalik setiap permasalahan dan tantangan tersebut, banyak pelajaran yang bisa diambil setiap harinya. RRB selalu berkomitmen untuk tetap memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen agar setiap orang yang mencicipi produk RRB mendapatkan kepuasan dan kebahagian dalam menikmati sajian makanan yang enak dan unik.

5.2 Tindak Lanjut

Untuk rencana kedepannya, RRB ingin mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi sebelumnya, dikarenakan kegiatan *marketing* RRB banyak dilakukan di sosial media maka RRB akan berusaha untuk lebih aktif lagi. Dengan

memberikan konten yang menarik dan terjadwal diharapkan masyarakat semakin tahu akan keberadaan RRB dan tumbuh keinginan untuk mencoba varian *rice bowl* yang ada di RRB. Untuk rencana jangka panjang pastinya RRB ingin berkesempatan untuk bisa membuka toko *offline* agar semakin banyak orang yang bisa mencoba *rice bowl* RRB dan dapat bermanfaat bagi sesama dengan membuka lapangan pekerjaan baru bagi banyak orang.

5.2.3 Komponen Bagian Akhir

1) Catatan Aktivitas Bisnis

Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Mei 2024

Tanggal	Jam	Aktifitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
7 Mei 2024	Malam	Trial resep dan menu apa saja yang akan dijual	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional
10 Mei 2024	Siang	Membuat desain *postingan* diInstagram dan foto katalog produk	Menentukan desain yang cocok dengan konsep RRB Rice Bowl	Mencari inspirasi desain yang sejenis di berbagai platform sosial media seperti Pinterest	*Owner*
12 Mei 2024	Pagi	Membeli bahan untuk proses produksi	Belum menemukan supplier yang tepat dan bahan baku di pasar sedang mengalami kenaikan harga	Berkeliling mencari pedagang yang menjual bahan baku berkualitas dengan harga yang terjangkau	*Owner* dan Tim Operasional
13 Mei 2024	Pagi	Melakukan produksi	Proses produksi yang	Mempercepat proses	Tim Produksi

			dilakukan masih tergolong lambat	produksi tetapi tetap memperhatikan kualitas produk yang dibuat	
20 Mei 2024	Pagi	Melakukan produksi dan pengantaran *rice bowl*	Jumlah pesanan *rice bowl* mengalami kenaikan pesat	Melakukan proses produksi lebih cepat dan lebih efektif lagi	*Owner* dan Tim Operasional
27 Mei 2024	Pagi	Pembelian bahan baku di pasar	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional

Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Juni 2024

Tanggal	Jam	Aktifitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
6 Juni 2024	Siang	Melakukan survei kantin untuk penitipan produk	Setelah mengobservasi kantin, ternyata harga jual yang ada di kantin jauh di bawah harga jual *rice bowl* yang sudah ditentukan	Menambah varian ukuran *rice bowl* menyesuaikan dengan harga produk sejenis yang ada di kantin	*Owner*
13 Juni 2024	Pagi	Menitipkan *rice bowl* di kantin UII	Penitipan produk pertama di kantin mengalami keterlambatan	Memulai proses produksi lebih awal lagi	*Owner* dan Tim Produksi
20 Juni 2024	Pagi	Melakukan produksi dan Penjualan *rice bowl*	Adanya permintaan yang meningkat karena selain harus membuat	Melakukan proses produksi yang lebih efektif dan efisien lagi dengan memulai	*Owner* dan Tim Operasional

			pesanan PO, Tim RRB juga harus membuat *rice bowl* untuk dititpkan di kantin UII	produksi lebih awal dan lebih cepat	
23 Juni 2024	Pagi	Membeli bahan baku dipasar	Ada beberapa bahan baku yang mengalami kenaikan harga	Berkeliling pasar untuk mencari pedagang lain dengan harga yang lebih terjangkau	*Owner* dan Tim Operasional
25 Juni 2024	Pagi	Melakukan produksi dan Penjualan *rice bowl*	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional

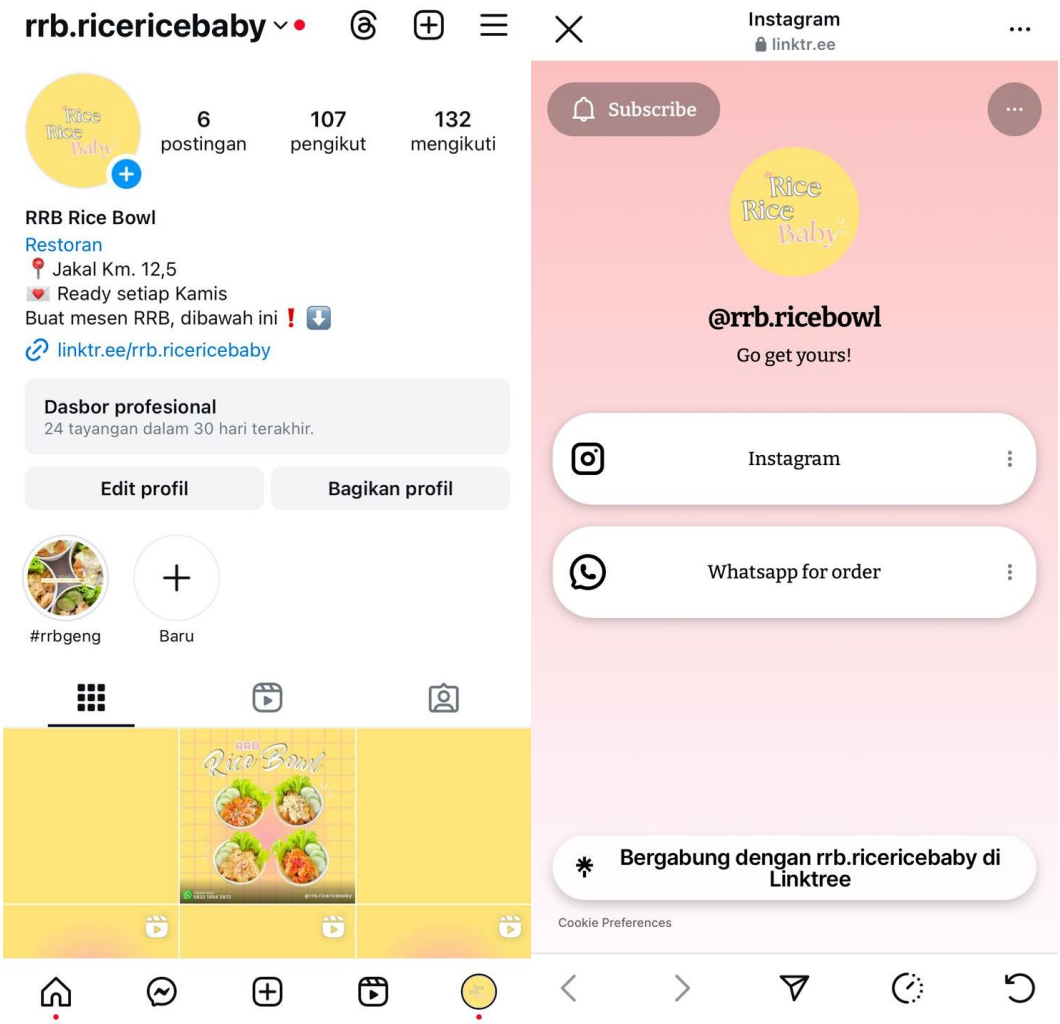
Tabel Catatan Aktivitas RRB *Rice Bowl* Bulan Juli 2024

Tanggal	Jam	Aktifitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
3 Juli 2024	Pagi	Membeli bahan baku dipasar	Tidak ada permasalahan	Tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional
4 Juli 2024	Pagi	Penjualan dan pengantaran *rice bowl*	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional
11 Juli 2024	Pagi	Penjualan pengantaran *rice bowl*	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional

18 Juli 2024	Pagi	Penjualan pengantaran *rice bowl*	Mahasiswa UII sudah mulai libur, sehingga penitipan *rice bowl* di kantin juga mulai diberhentikan	Fokus melakukan penjualan online melalui media sosial RRB Rice Bowl	*Owner*
25 Juli 2024	Pagi	Penjualan dan pengantaran *rice bowl*	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional
28 Juli 2024	Malam	Melakukan pengecekan stok bahan baku dan kemasan *rice bowl*	Masih terdapat stok persedian bahan baku dan kemasan *rice bowl* pada minggu terakhir berjalannya bisnis RRB ini	Menghabiskan semua stok persediaan pada PO selanjutnya	*Owner*
30 Juli 2024	Pagi	Dilakukan promo semua varian *rice bow*l diskon 10%	Tidak ada permasalahan	Dikarenakan tidak ada permasalahan maka tidak ada solusi yang dibuat	*Owner* dan Tim Operasional

2) Dokumentasi

Logo RRB *Rice Bowl*



Akun Instagram dan Linktree RRB *Rice Bowl*



Contoh postingan menu RRB di Instagram



Proses foto katalog produk *rice bowl* RRB



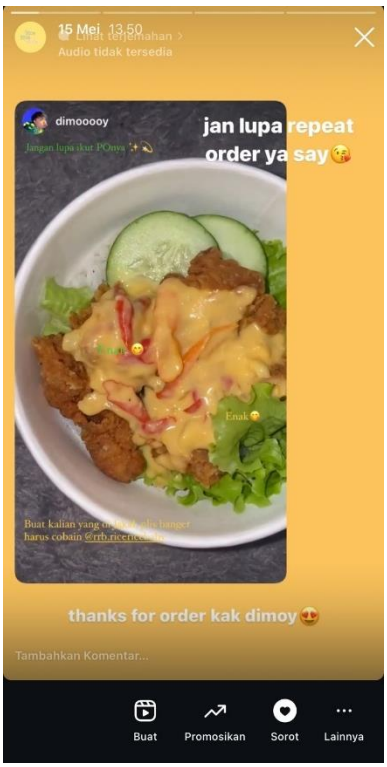
Contoh postingan di Instagram *Story*



Contoh *postingan* promo diskon harga



Arsip *story* di Instagram RRB



Testimoni dari konsumen RRB



Pembelian wadah *rice bowl* dan perlengkapan lainnya



Pembelian bahan baku di Pasar Colombo



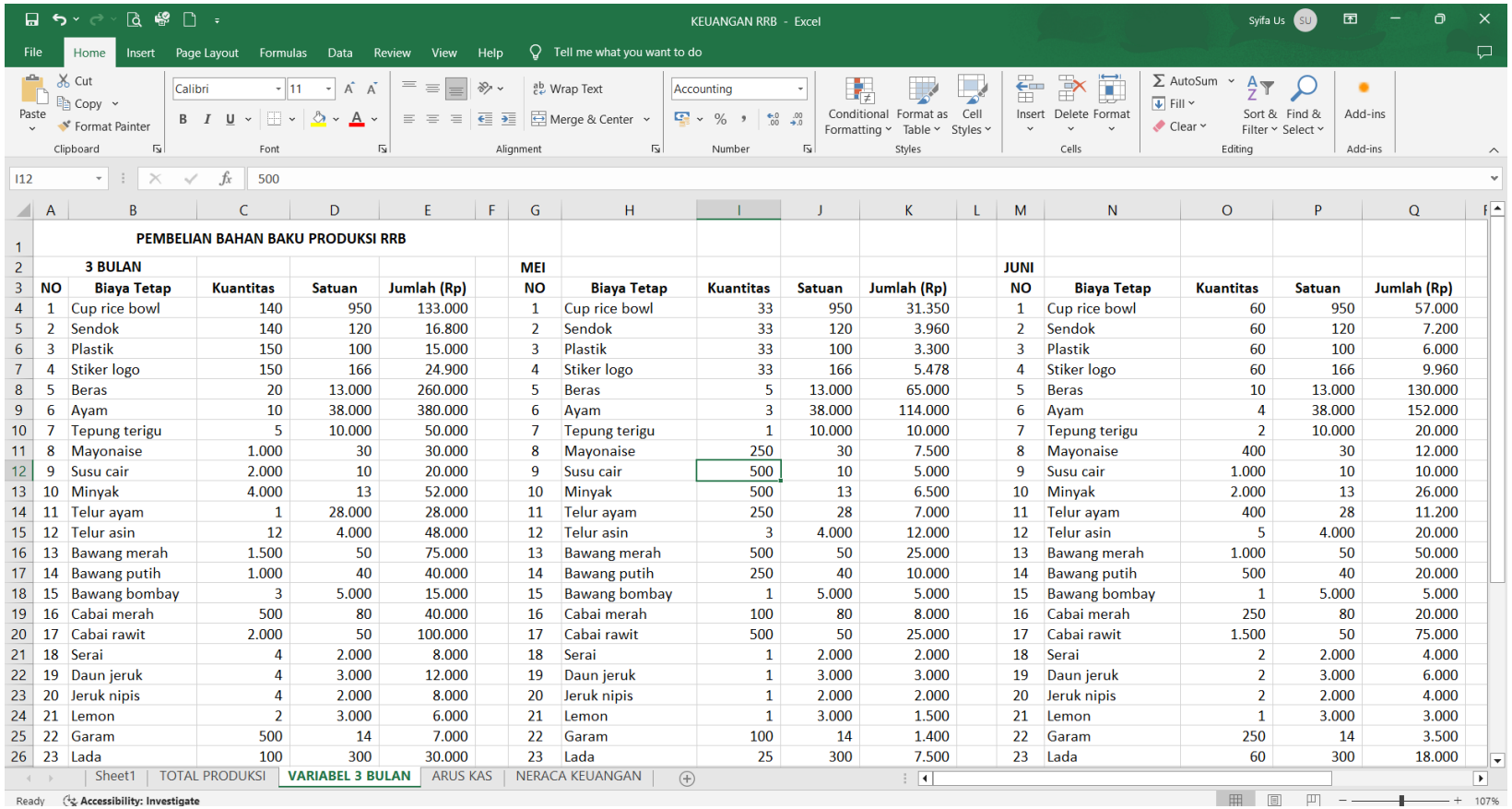
Kiri



Kanan

Contoh produk *rice bowl* siap santap

(kiri) rice bowl *pre order* (kanan) rice bowl kantin



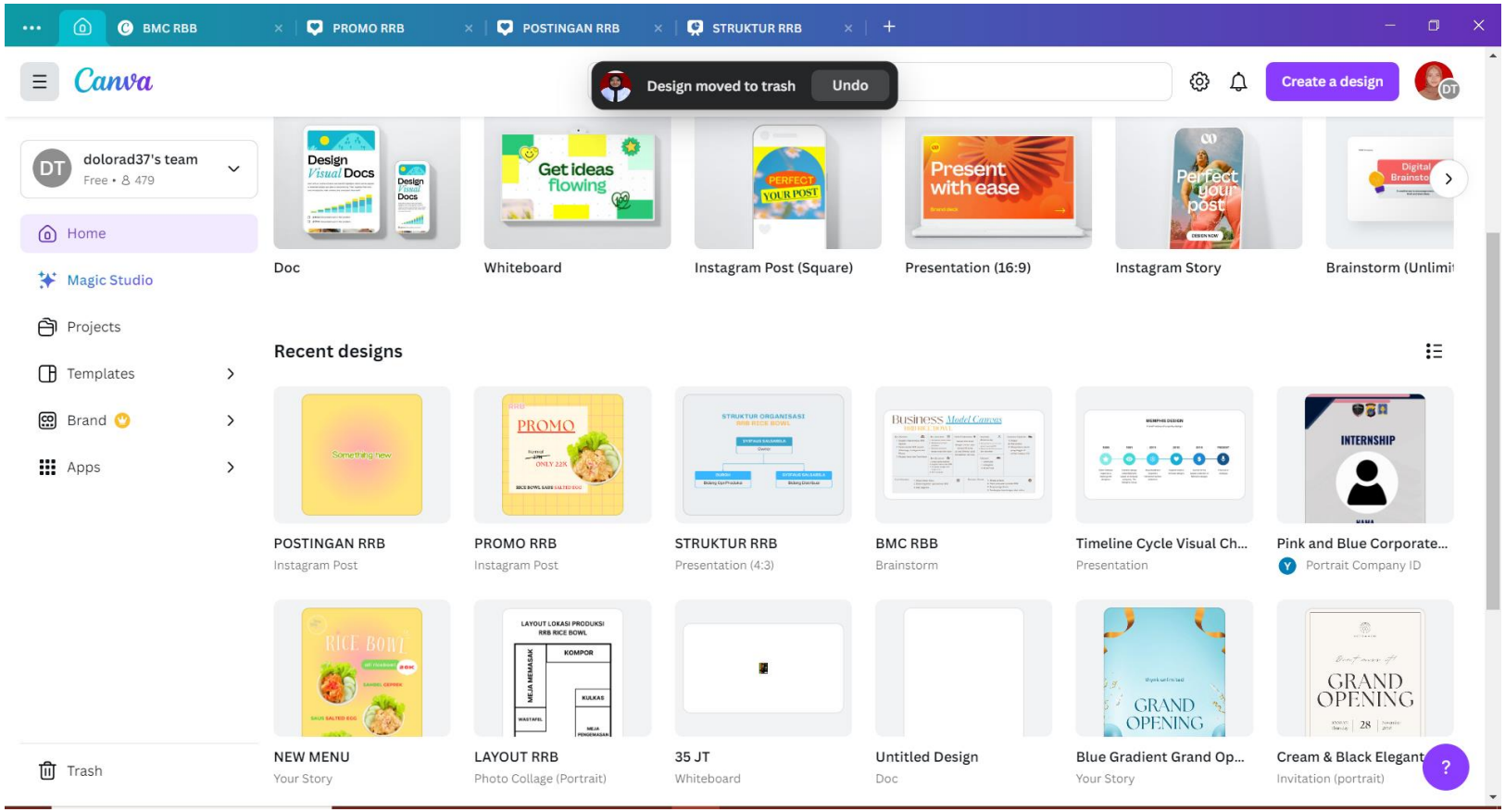
KEUANGAN RRB - Excel

PEMBELIAN BAHAN BAKU PRODUKSI RRB

3 BULAN					MEI					JUNI				
NO	Biaya Tetap	Kuantitas	Satuan	Jumlah (Rp)	NO	Biaya Tetap	Kuantitas	Satuan	Jumlah (Rp)	NO	Biaya Tetap	Kuantitas	Satuan	Jumlah (Rp)
1	Cup rice bowl	140	950	133.000	1	Cup rice bowl	33	950	31.350	1	Cup rice bowl	60	950	57.000
2	Sendok	140	120	16.800	2	Sendok	33	120	3.960	2	Sendok	60	120	7.200
3	Plastik	150	100	15.000	3	Plastik	33	100	3.300	3	Plastik	60	100	6.000
4	Stiker logo	150	166	24.900	4	Stiker logo	33	166	5.478	4	Stiker logo	60	166	9.960
5	Beras	20	13.000	260.000	5	Beras	5	13.000	65.000	5	Beras	10	13.000	130.000
6	Ayam	10	38.000	380.000	6	Ayam	3	38.000	114.000	6	Ayam	4	38.000	152.000
7	Tepung terigu	5	10.000	50.000	7	Tepung terigu	1	10.000	10.000	7	Tepung terigu	2	10.000	20.000
8	Mayonaise	1.000	30	30.000	8	Mayonaise	250	30	7.500	8	Mayonaise	400	30	12.000
9	Susu cair	2.000	10	20.000	9	Susu cair	500	10	5.000	9	Susu cair	1.000	10	10.000
10	Minyak	4.000	13	52.000	10	Minyak	500	13	6.500	10	Minyak	2.000	13	26.000
11	Telur ayam	1	28.000	28.000	11	Telur ayam	250	28	7.000	11	Telur ayam	400	28	11.200
12	Telur asin	12	4.000	48.000	12	Telur asin	3	4.000	12.000	12	Telur asin	5	4.000	20.000
13	Bawang merah	1.500	50	75.000	13	Bawang merah	500	50	25.000	13	Bawang merah	1.000	50	50.000
14	Bawang putih	1.000	40	40.000	14	Bawang putih	250	40	10.000	14	Bawang putih	500	40	20.000
15	Bawang bombay	3	5.000	15.000	15	Bawang bombay	1	5.000	5.000	15	Bawang bombay	1	5.000	5.000
16	Cabai merah	500	80	40.000	16	Cabai merah	100	80	8.000	16	Cabai merah	250	80	20.000
17	Cabai rawit	2.000	50	100.000	17	Cabai rawit	500	50	25.000	17	Cabai rawit	1.500	50	75.000
18	Serai	4	2.000	8.000	18	Serai	1	2.000	2.000	18	Serai	2	2.000	4.000
19	Daun jeruk	4	3.000	12.000	19	Daun jeruk	1	3.000	3.000	19	Daun jeruk	2	3.000	6.000
20	Jeruk nipis	4	2.000	8.000	20	Jeruk nipis	1	2.000	2.000	20	Jeruk nipis	2	2.000	4.000
21	Lemon	2	3.000	6.000	21	Lemon	1	3.000	1.500	21	Lemon	1	3.000	3.000
22	Garam	500	14	7.000	22	Garam	100	14	1.400	22	Garam	250	14	3.500
23	Lada	100	300	30.000	23	Lada	25	300	7.500	23	Lada	60	300	18.000

Sheet1 | TOTAL PRODUKSI | VARIABEL 3 BULAN | ARUS KAS | NERACA KEUANGAN

Pencatatan keuangan di Microsoft Excel



Penggunaan Canva untuk melakukan pengeditan konten

DAFTAR PUSTAKA

Juliansyah, Hijri dan Nurbayan. (2018). *Pengaruh Pendapatan Perkapita, PDRB, dan Jumlah Penduduk Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Kabupaten Aceh Tamiang Tahun 2003-2016*. Jurnal Ekonomika Indonesia, 7(2)

Mardiana M, Yanesti N.L. (2022). *Kualitas Diet dan Status Gizi Atlet Muda Putra di Jawa Tengah*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Vol. 17 No. 3.

Mohamadi RF. *9 Elemen yang Harus Ada Dalam Bisnis Model Canvas. Published online* 2022. https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/ diakses pada 20 Mei 2024 pukul 16.00 WIB

Riskita A. *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Perannya, Seperti Apa?*. *Published online* 2022. https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/ diakses pada 16 Agustus 2024 pukul 22.00 WIB

Santoso D. *Peluang Bisnis Rice Bowl Rumahan: Perhitungan dan Analisis Bisnisnya*. *Published online* 2023. https://kiriminaja.com/blog/bisnis-rice-bowl-rumahan diakses pada 20 Mei 2024 pukul 19.00 WIB

Sukanto IF. *Makalah Perencanaan Bisnis Usaha Rice Bowl*. *Published online* 2019. diakses pada 2 Juli 2024 pukul 20.00 WIB