

LAPORAN AKHIR BISNIS

SATU SELERA



Disusun oleh:

**Anindya Herwanda Putri
20211002**

Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

LAPORAN AKHIR

SATU SELERA

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



Disusun oleh:

**Anindya Herwanda Putri
20211002**

Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR BISNIS
SATU SELERA



Disusun oleh:

Nama : Anindya Herwanda Putri
No. Mahasiswa : 20211002
Program Studi : Bisnis Digital

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

pada tanggal: Selasa, 3 September 2024

Dosen Pembimbing



(Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan

Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Anindya Herwanda Putri

No. Mahasiswa : 20211002

Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 31 Agustus 2024

Disahkan oleh:

Penguji 1: Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M. Sc ()

Penguji 2: RR. Siti Muslikhah, S.E., M. Sc ()

Mengetahui
Ketua Program Studi
Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., 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, 15 Agustus 2024

A yellow rectangular stamp with the text "10000" in large red numbers, "SATU PULUH RIBU" in small black text, and "77256ALX269720689" in small black text. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Anindya Herwanda Putri

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil alamin.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat sehat, dan kemudahan-Nya sehingga penulisan laporan akhir ini dapat diselesaikan. Tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir adalah untuk merangkum hasil dari pengalaman dalam menjalankan bisnis dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga mencari solusi dalam menyelesaikan kendala yang ada. Laporan Tugas Akhir yang dibuat ini merupakan hasil selama berjalannya Satu semester dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan dengan mereview kembali yang direncanakan, praktek dalam menjalankannya, peninjauan kembali hal-hal apa saja yang terjadi yang tidak sesuai rencana serta penyelesaiannya. Selama berjalannya usaha terdapat banyak pembelajaran yang diserap khususnya dalam praktek langsung. Hal ini menjadikan saya sadar bahwa masih banyak hal-hal yang perlu dipelajari dan semangat untuk terus belajar. Selama penulisan Laporan Tugas Akhir ini terdapat pihak yang membantu dan memberikan semangat kepada saya untuk berusaha menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada,

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Arief Darmawan, SE., MM. selaku Ketua Prodi Bisnis Digital. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

3. Keluarga saya. Mama, Ayah, dan Naura. Yang telah memberikan banyak sekali doa baik dan juga *support* dalam berbagai hal.
4. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing. Yang telah membimbing dan memberikan semangat sejak awal magang hingga penulisan laporan akhir.
5. Bapak/ibu dosen dan mentor yang pernah membimbing saya selama kegiatan belajar di kampus maupun diluar kampus.
6. Teman-teman terdekat saya, khususnya Nurul, Dyah, dan Ana yang telah memberikan dukungan, tempat bercerita selama masa kuliah, magang hingga akhir masa kuliah.
7. Keluarga Besar PMG, yang telah kebersamai, memberikan banyak pelajaran, dan memberikan dukungan kepada saya.
8. Serta berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendoakan.

Saya berharap pengalaman yang dituliskan kedalam bentuk Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat untuk saya pribadi dan untuk orang lain. Saya berharap laporan ini dapat menjadi ladang pahala untuk saya dalam berbagi pengalaman pribadi yang tentunya masih banyak kurangnya. Oleh karena itu, saya menerima kritik dan saran yang membangun dan dapat berkembang.

Anindya Herwanda Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR LAMPIRAN.....	8
BAB I.....	9
Pendahuluan.....	9
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Analisis Lingkungan.....	12
BAB II.....	14
Deskripsi Bisnis.....	14
2.1 Profil Bisnis.....	14
2.2 Model Bisnis (Business Model Canvas).....	19
2.3 Aspek Operasi.....	22
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	27
2.5 Aspek Organisasi/Sumber Daya Manusia.....	30
2.6 Aspek Keuangan.....	33
2.7 Aspek Teknologi Digital.....	37
BAB III.....	39

Laporan Perkembangan Bisnis.....	39
3.1 Profil Bisnis.....	39
3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran.....	39
3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi.....	45
3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia.....	53
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan.....	56
3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital.....	65
BAB IV.....	67
Identifikasi dan Pemecahan Masalah.....	67
4.1 Identifikasi Masalah.....	67
4.2 Pemecahan Masalah.....	69
BAB V.....	73
Kesimpulan dan Tindak Lanjut.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Tindak Lanjut.....	73
Daftar Pustaka.....	75
Lampiran.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT.....	12
Tabel 2.1 List Peralatan untuk Proses Produksi.....	23
Tabel 2.2 Deskripsi Pekerjaan.....	30
Tabel 2.3 Investasi Peralatan Operasional.....	33
Tabel 2.4 Bahan Baku Produksi.....	34
Tabel 2.5 Biaya Tenaga Kerja.....	35
Tabel 2.6 Biaya Operasional.....	36
Tabel 3.1 Kebutuhan Bahan Baku Produksi.....	45
Tabel 3.2 Daftar Nama Supplier atau Toko.....	47
Tabel 3.3 Daftar Peralatan Produksi.....	47
Tabel 3.4 Deskripsi Pekerjaan.....	54
Tabel 3.5 Jumlah Penjualan Bulan April.....	57
Tabel 3.6 Jumlah Penjualan Bulan Mei.....	57
Tabel 3.7 Jumlah Penjualan Bulan Juni.....	59
Tabel 3.8 Jumlah Penjualan Bulan Juli.....	59
Tabel 3.9 Pengeluaran Kebutuhan Per Bulan.....	60
Tabel 3.10 Laporan Laba Rugi.....	61
Tabel 3.11 Neraca Keuangan.....	62
Tabel 3.12 Laporan Arus Kas.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Business Model Canvas (BMC).....	19
Gambar 2.3 Desain Stiker Label.....	23
Gambar 2.4 Layout Tempat Produksi.....	25
Gambar 2.5 Contoh produk gagal.....	27
Gambar 2.6 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 3.1 Poster Pre Order.....	40
Gambar 3.2 Poster Pre Order 2.....	40
Gambar 3.3 Konten Informasi produk.....	41
Gambar 3.4 Konten Testimoni.....	41
Gambar 3.5 Konten Instagram story.....	41
Gambar 3.6 Halaman profil Tiktok.....	42
Gambar 3.7 Konten video Tiktok.....	42
Gambar 3.8 Tampilan Linktree.....	43
Gambar 3.9 File Daftar Menu.....	43
Gambar 3.10 Tripod Banner.....	44
Gambar 3.11 Layout Tempat Produksi.....	48
Gambar 3.12 Produksi Kulit Risol.....	49
Gambar 3.13 Kulit Risol Matang.....	49
Gambar 3.14 Bahan Isian Risoles	
Gambar 3.15 Proses Mengisi Risol.....	50

Gambar 3.16 Risoles Selesai Produksi.....	50
Gambar 3.17 Pengemasan Risol Beku.....	51
Gambar 3.18 Risol Siap Makan.....	51
Gambar 3.19 Desain Label.....	53
Gambar 3.20 Kemasan risoles beku.....	53
Gambar 4.1 List dan timeline perencanaan konten.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Catatan Aktivitas Bisnis	68
Lampiran 2: Foto Produk.....	82
Lampiran 3: Logo Usaha.....	82
Lampiran 4: Penyajian Produk.....	83
Lampiran 5: Pencatatan Pembelian dan Keuangan.....	83

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Risol atau risoles (dalam bahasa inggris) adalah kudapan yang berasal dari negara Perancis. Nama risoles sendiri berasal dari bahasa latin *russeolus* yang berarti kemerahan. Risoles termasuk dalam makanan yang berbentuk pastri yang berisi daging sapi, daging ayam, telur, atau sayuran yang gulung dan dilapisi tepung panir lalu digoreng. Saat ini risoles menjadi camilan yang sudah tidak asing dan memiliki berbagai variasi pada masing-masing daerah di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi menjadikan masyarakat dapat mengetahui berbagai jenis makanan yang berasal dari negara lain yang masuk ke Indonesia dan menjadikan masyarakat membuat berbagai variasi resep risoles asin hingga risoles manis. Dikutip dari website thehealthybelly.co risoles dijadikan masyarakat Indonesia sebagai makanan pembuka atau camilan pada berbagai acara seperti, arisan, ulang tahun hingga acara seminar. Oleh karena itu, risoles banyak dijumpai di berbagai tempat seperti, penjual jajan pasar, warung hingga restoran yang menyajikannya dengan berbagai rasa tersendiri. Terdapat berbagai jenis makanan yang mengalami perubahan dari segi rasa, bentuk hingga kemasannya sebagai wujud dari inovasi bisnis. Hal ini menjadikan pelaku usaha harus bisa menciptakan sebuah keterbaruan produknya masing-masing, dari segi kualitas produk, keunikan, cita rasa hingga pengemasan yang menarik. Peluang usaha kuliner dapat diperoleh dengan memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen yang diolah menjadi sebuah produk.

Industri makanan dan minuman berhasil berkontribusi sebesar 6,5 persen untuk PDB nasional. Terdapat 11.223 usaha kuliner yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Sebanyak 8.042 usaha diantaranya berbentuk restoran dan rumah makan, 269 usaha berbentuk katering, dan 2.912 usaha masuk ke kategori lainnya (Badan Pusat Statistik, 2023). Di Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi salah satu sektor yang mendukung ekonomi negara dan menjadi tempat pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam persaingan bisnis. Tugas utama sebuah UMKM yaitu merencanakan sebuah produk yang dapat ditawarkan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Inovasi produk menjadi langkah penting untuk para pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha untuk dapat mempertahankan dan dapat diterima konsumen. Dengan melihat kebiasaan orang-orang Indonesia yang gemar membeli makanan ringan pengganjal perut yang cepat, praktis dan mengenyangkan membuat usaha camilan atau jajanan ringan menjadi sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan.

Dunia kuliner yang sampai saat ini juga masih tetap eksis dan memiliki banyak peminat yang ingin eksplor seputar makanan menjadikan Satu Selera memanfaatkan tren ini untuk menawarkan produk makanan.

Satu selera menjadi sebuah perencanaan usaha kuliner yang yang mengembangkan inovasi dari segi kualitas bahan, komposisi, dan citarasa. Risoles menjadi produk unggulan yang akan ditawarkan kepada target konsumen yang telah ditentukan. Kualitas bahan yang digunakan dalam proses produksi risoles menggunakan pilihan bahan yang berkualitas. Untuk komposisi isian yang digunakan terdiri dari irisan daging asap (*smoked beef*), telur, daun bawang dan saus mayones racikan menjadi nilai yang ditawarkan Satu Selera dan menjadi pembeda dengan risoles lainnya. Risoles dihadirkan dalam bentuk siap dikonsumsi (goreng) yang ditujukan kepada konsumen yang ingin camilan siap saji dan siap dikonsumsi. Selain berbentuk siap saji, dihadirkan risoles yang didinginkan (*frozen*) yang diperuntukan kepada konsumen ingin menyimpan stok makanan beku untuk disajikan pada waktu tertentu. Risoles dibuat *fresh* setiap ada pembelian dari konsumen dan tidak menggunakan bahan pengawet. Satu Selera berharap dapat terus mengembangkan usaha dengan memanfaatkan kreativitas, berbagi cerita dan memanfaatkan peluang yang ada untuk dapat diterima oleh target konsumen. Satu Selera juga berharap dapat memberikan produk yang berkualitas dan dapat mengumpulkan #TemanSeSelera yang lebih luas.

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal bisnis dan eksternal. Analisis internal dilakukan dengan melihat nilai-nilai yang menjadi kekuatan yang dimiliki Satu Selera dalam menjalankan bisnis. Sedangkan, analisis eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat terjadi.

Tabel 1.1 Analisis SWOT

	Strengths <ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan bahan yang berkualitas b. Komposisi bahan yang berbeda dari risol lainnya c. Memiliki konten yang interaktif d. Dibuat <i>fresh</i> sesuai pesanan e. Menggunakan <i>linktree</i> (saluran informasi) 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> a. Produksi dan pemasaran masih dikelola sendiri b. Belum memiliki jadwal <i>upload</i> konten c. Produk tidak tahan dalam jangka waktu yang lama
Opportunities <ul style="list-style-type: none"> a. Gaya hidup praktis b. Munculnya berbagai komunitas dan perkumpulan c. Penggunaan media sosial sebagai tempat mencari referensi dan pemasaran d. Peminat kuliner yang tinggi e. Kebutuhan sosial (acara) f. Potensi bermitra dengan rumah makan 	SO (Strengths-Opportunities) <ul style="list-style-type: none"> a. Menawarkan bentuk risoles beku (<i>frozen</i>) yang ditujukan kepada konsumen dengan gaya hidup praktis b. Risoles siap makan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari c. Menggunakan media sosial untuk menarik konsumen 	WO (Weakness-Opportunities) <ul style="list-style-type: none"> a. Menerapkan sistem <i>pre order</i> untuk menjaga ketahanan produk (beku dan siap makan) b. Membuat rencana jadwal pemasaran rutin untuk menarik konsumen melalui media sosial
Threats <ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya merek dibidang usaha yang sama b. Terdapat berbagai variasi risoles c. Perubahan preferensi makanan yang cepat d. Bersaing dengan bidang usaha yang memiliki produk substitusi 	ST (Strengths-Threats) <ul style="list-style-type: none"> a. Penggunaan bahan baku yang berkualitas premium b. Perbedaan racikan mayones 	WT (Weakness-Threats) <ul style="list-style-type: none"> a. Membuat perencanaan konten rutin untuk media sosial b. Produk yang dibuat tanpa menggunakan bahan pengawet dan dibuat <i>fresh</i>

BAB II

Deskripsi Bisnis

2.1 Profil Bisnis

- a. Nama : Satu Selera



Berangkat dari preferensi cita rasa masyarakat yang berbeda-beda terhadap suatu makanan dan minuman menjadikan hadirnya nama Satu Selera. Produk yang ditawarkan Satu Selera merupakan produk yang sudah ada dan memiliki kompetitor lain, namun Satu Selera menawarkan *value* yang berbeda melalui bahan baku dan cita rasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, harapannya *value* dari cita rasa yang ditawarkan dapat diterima masyarakat dan banyak konsumen yang memiliki selera yang sama dengan Satu Selera.

- b. Lokasi : Glagah Wero, Wukirsari, Kec. Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Bidang kegiatan/usaha dan produk yang dihasilkan : Bidang kuliner
Produk : Risoles Mayonaise
- d. Target Pasar

Satu Selera menawarkan produk secara langsung ke konsumen atau *Business to Consumer* (B2C) Target yang dituju yaitu, wanita yang berusia 25 tahun keatas. Wanita yang bekerja (berpenghasilan) ataupun seorang

Ibu Rumah Tangga (IRT), ingin sesuatu yang serba praktis, menyukai cemilan, dan gemar menyetok camilan beku (*frozen*) untuk keperluan sehari-hari. Wanita atau ibu-ibu yang lebih spesifiknya bergabung dalam berbagai perkumpulan seperti, arisan, pengajian, dan sejenisnya. Satu Selera menargetkan suatu perkumpulan tersebut untuk dapat memenuhi kebutuhan camilan atau makanan pendamping pada suatu acara. Satu Selera juga menawarkan *hampers* atau parcel pada acara tertentu dan hari-hari besar (parcel lebaran, hari natal, dan sejenisnya).

e. Gambaran pesaing

Dengan menawarkan produk risoles mayones sebagai produk pertama dari Satu Selera, saat ini terdapat banyak pesaing yang tersebar di berbagai wilayah yang menawarkan produk yang sama. Penjual risoles mayones yang ada di Yogyakarta dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu, di area jajan pasar, memiliki *stand* sendiri, dan tanpa toko (*online*). Sebelum melakukan percobaan pembuatan produk, Satu Selera menemukan hingga 8 (delapan) merek yang menjual produk yang sama. Merek yang ditemukan tersebut yang menawarkan produk yang sama dan menawarkan produk secara *online*. Setelah dilakukan analisis pesaing ditemukan nilai yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari masing-masing merek, sebagai berikut:

Kekuatan pesaing:

- a) Cita rasa pada mayones yang telah dikenal masyarakat umum.
- b) Harga murah.

- c) Komposisi isian menggunakan bahan yang sudah umum di lidah masyarakat.
- d) Memiliki banyak variasi rasa.
- e) Suatu merek juga menawarkan produk substitusi.

Kelemahan pesaing:

- a) Komposisi isian risoles mayones yang terlalu sedikit, tidak seimbang dengan ketebalan kulit.
- b) Rasa mayones yang cenderung monoton.
- c) Kurang memperhatikan *branding* pada kemasan yang digunakan yang akan menjadi nilai tambah.
- d) Kurang memanfaatkan loyalitas konsumen yang akan berdampak kepada penjualan.
- e) Belum memiliki konten media sosial yang dapat menarik konsumen.
- f) Belum memiliki saluran komunikasi yang dapat mempermudah konsumen untuk mendapat informasi dan sarana komunikasi.

f. Keunggulan/keunikan yang dimiliki

Satu Selera menawarkan cita rasa dan komposisi yang berbeda dari merek yang sudah ada. Satu Selera melakukan inovasi inkremental yaitu dengan memberikan variasi perubahan pada resep yang sudah ada. Risoles mayones Satu Selera dikembangkan dari segi cita rasa dan komposisi isiannya. Satu Selera meracik saus mayones yang menghasilkan cita rasa khasnya sendiri jika dibandingkan dengan risoles lainnya. Menggunakan

bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan komposisi ideal antara kulit dengan isian risoles. Isian yang dihadirkan pada risoles mayones terdiri dari, daging asap yang berkualitas, telur dan daun bawang sebagai tambahan rasa. Satu Selera ingin masing-masing bahan isian disesuaikan dari segi ukuran dan jumlah daging asap, potongan telur, daun bawang, mayones yang seimbang dengan ketebalan kulit dan menghasilkan risoles yang berkualitas lebih premium. Dihadirkan dengan 2 (dua) cara penyajian, beku (*frozen*) dan siap makan. Meskipun dalam bentuk beku, Satu Selera tidak menggunakan bahan pengawet apapun dan pembuatan selalu *fresh* berdasarkan pesanan. Selain itu, Satu Selera juga melakukan perencanaan kemasan yang menyesuaikan bentuk produk yang ditawarkan seperti, kemasan kardus atau *paper box* untuk produk siap makan dan kotak plastik untuk kondisi beku. Masing-masing kemasan memiliki desain label yang mencirikan profil produk dari merek Satu Selera.

g. Teknologi yang akan diadopsi dan gambaran lain yang relevan

Penerapan teknologi yang dilakukan oleh Satu Selera yaitu dari segi pemasarannya. Satu Selera menggunakan beberapa media sosial sebagai media pemasaran digital dan media komunikasi dengan konsumen seperti, Instagram, Tiktok dan Whatsapp. Penggunaan media sosial ini menjadi tempat untuk Satu Selera mengunggah konten yang berupa foto dan video produk. Pada aplikasi Instagram Satu Selera memanfaatkan *Instagram Story* untuk berbagi cerita singkat, sedangkan konten seperti, informasi produk dan konten *soft selling* diunggah melalui *feeds Instagram*. Satu

Selera menggunakan *Linktree* sebagai tempat untuk memuat beberapa *link* informasi yang membantu konsumen seperti, daftar menu, harga, media sosial lainnya, dan penghubung komunikasi yang lebih mudah hanya melalui satu *link*. Aplikasi yang digunakan untuk komunikasi dengan konsumen yaitu, aplikasi *Whatsapp*. Selain Instagram, Satu Selera juga menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media pemasaran digital untuk mengunggah konten berupa video.

2.2 Model Bisnis (Business Model Canvas)

Key Partners	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
<ul style="list-style-type: none">• Supplier bahan baku• Ojek Online (Delivery)• Vendor printing	<ul style="list-style-type: none">• Mencari <i>supplier</i> bahan• Membuat desain logo• Desain packaging (+ label)• Membuat akun sosial media• Foto produk• Perencanaan konten• Mencari konsumen yang ditargetkan	<ul style="list-style-type: none">• Produk yang lebih premium• Menggunakan bahan-bahan berkualitas• Camilan praktis• Membuat racikan saus mayones• Tersedia siap makan & frozen	<ul style="list-style-type: none">• Fast Respon chat• Penawaran harga spesial	Business to Customer (B2C) Wanita Sudah bekerja Pengusaha/IRT Usia 25 tahun ++ <ul style="list-style-type: none">• Bergabung didalam kelompok arisan, pengajian, komunitas, dan perkumpulan lainnya• Gaya hidup praktis• Menyukai hampers/parsel• Menyukai cemilan• Suka mengadakan acara keluarga dan acara sejenisnya
	Key Resource		Channels	
	<ul style="list-style-type: none">• Ruang produksi/dapur• Laptop• Smartphone• Transportasi• Internet• Listrik		Online : Media Sosial <ul style="list-style-type: none">- Instagram- Whatsapp Business- Tiktok Linktree	
Cost Structure		Revenue Stream		
<ul style="list-style-type: none">• Biaya bahan baku• Biaya kemasan (<i>packaging</i>)• Biaya pembuatan label• Biaya pemasaran (<i>paid ads</i>, banner)		<ul style="list-style-type: none">• Penjualan produk		

Gambar 2.1 Business Model Canvas (BMC)

- 1) *Customer Segment* : Segmen konsumen yang dituju oleh Satu Selera yaitu *Business to Customer* (B2C) yang merupakan wanita yang bekerja ataupun Ibu Rumah Tangga (IRT). Berusia 25 tahun keatas yang bergabung dalam suatu kelompok seperti, arisan, pengajian, komunitas, dan perkumpulan lainnya. Seseorang yang bergaya hidup praktis gemar menyimpan camilan beku untuk stok yang dapat dikonsumsi sehari-hari ataupun dimasak pada acara tertentu.
- 2) *Value Proposition* : Menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga produk yang dihasilkan lebih premium. Memiliki racikan khas saus mayones sendiri dan hadir dalam kondisi praktis dalam bentuk beku dan siap makan.
- 3) *Channels* : Saluran yang digunakan melalui media sosial seperti, Instagram, Whatsapp, dan Tiktok. Selain itu menggunakan *Linktree* sebagai saluran komunikasi dan informasi.
- 4) *Customer Relationship* : Menjalin komunikasi yang responsif dengan konsumen dan penawaran menarik.
- 5) *Revenue Streams* : Diperoleh dari hasil penjualan produk yang didapat.
- 6) *Key Activity* : Mencari *supplier* bahan baku, proses pembuatan desain logo usaha dan desain label *packaging*. Menentukan konsumen yang menjadi target lalu melakukan aktivitas pemasaran dengan melakukan foto produk, akun sosial media, dan perencanaan konten.

- 7) *Customer Segment* : Segmen konsumen yang dituju oleh Satu Selera yaitu *Business to Customer* (B2C) yang merupakan wanita yang bekerja ataupun Ibu Rumah Tangga (IRT). Berusia 25 tahun keatas yang bergabung dalam suatu kelompok seperti, arisan, pengajian, komunitas, dan perkumpulan lainnya. Seseorang yang bergaya hidup praktis gemar menyimpan camilan beku untuk stok yang dapat dikonsumsi sehari-hari ataupun dimasak pada acara tertentu.
- 8) *Value Proposition* : Menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga produk yang dihasilkan lebih premium. Memiliki racikan khas saus mayones sendiri dan hadir dalam kondisi praktis dalam bentuk beku dan siap makan.
- 9) *Channels* : Saluran yang digunakan melalui media sosial seperti, Instagram, Whatsapp, dan Tiktok. Selain itu menggunakan *Linktree* sebagai saluran komunikasi dan informasi.
- 10) *Customer Relationship* : Menjalinkan komunikasi yang responsif dengan konsumen dan penawaran menarik.
- 11) *Revenue Streams* : Diperoleh dari hasil penjualan produk yang didapat.
- 12) *Key Activity* : Mencari *supplier* bahan baku, proses pembuatan desain logo usaha dan desain label *packaging*. Menentukan konsumen yang menjadi target lalu melakukan aktivitas pemasaran dengan melakukan foto produk, akun sosial media, dan perencanaan konten.

- 13) *Key Resource* : Sumber daya pendukung kegiatan usaha berupa tempat produksi, transportasi, internet, listrik dan alat komunikasi seperti, laptop dan *smartphone*.
- 14) *Key Partnership* : Kerjasama dilakukan dengan *supplier* bahan baku, Ojek *Online (Delivery)*, dan Vendor *printing*.
- 15) *Cost Structure* : Biaya yang dikeluarkan merupakan biaya operasional usaha seperti, biaya pembelian bahan baku, biaya kemasan (*packaging*), biaya pembuatan label, biaya tenaga kerja dan biaya pemasaran (*paid ads, banner*).

2.3 Aspek Operasi

2.3.1 Rencana desain produk

Rancangan desain produk disesuaikan berdasarkan bentuk sajian dari risoles mayones yaitu, beku (*frozen*) yang dikemas menggunakan kotak berbahan plastik dan siap makan menggunakan kotak kardus (*snack box*). Kemasan produk dilengkapi dengan stiker label yang mencantumkan nama produk serta merek yang mencirikan profil Satu Selera sebagai *branding*.



Gambar 2.3 Desain Stiker Label

2.3.2 Peralatan produksi

Tabel 2.1 List Peralatan untuk Proses Produksi

No	Keterangan	Unit	Harga per unit	Total
	Peralatan			
2	Wajan anti lengket (teflon)	1 pcs	Rp100,000	Rp100,000
3	Kompor	1 unit	Rp400,000	Rp400,000
4	Tabung Gas Elpiji 12 kg	1 pcs	Rp195,000	Rp195,000
5	Spatula silikon	1 pcs	Rp10,000	Rp10,000
6	Centong	1 pcs	Rp15,000	Rp15,000
7	Gelas takar	1 pcs	Rp35,000	Rp35,000
8	Mangkok sedang	2 pcs	Rp15,000	Rp30,000
9	Talenan	1 pcs	Rp25,000	Rp25,000
10	Piring	2 pcs	Rp30,000	Rp30,000
11	Balloon whisk	1 pcs	Rp24,000	Rp24,000
12	Kontainer makanan sedang	2 pcs	Rp32,000	Rp64,000
13	Saringan	1 pcs	Rp8,000	Rp8,000

No	Keterangan	Unit	Harga per unit	Total
14	Timbangan	1 pcs	Rp80,000	Rp80,000
15	Capitan makanan	1 pcs	Rp6,000	Rp6,000
16	Laptop	1 pcs	Rp8,000,000	Rp8,000,000
18	Tripod banner	1 pcs	Rp200,000	Rp200,000
TOTAL				Rp9,222,000

2.3.3 Ketepatan lokasi

Lokasi produksi dilakukan di rumah pribadi dusun Glagahwero, Kec. Cangkringan, Sleman. Penjualan dilakukan secara *online* oleh karena itu, Satu Selera tidak memiliki toko dan produk dikirim langsung ke konsumen.

2.3.4 Kapasitas produksi

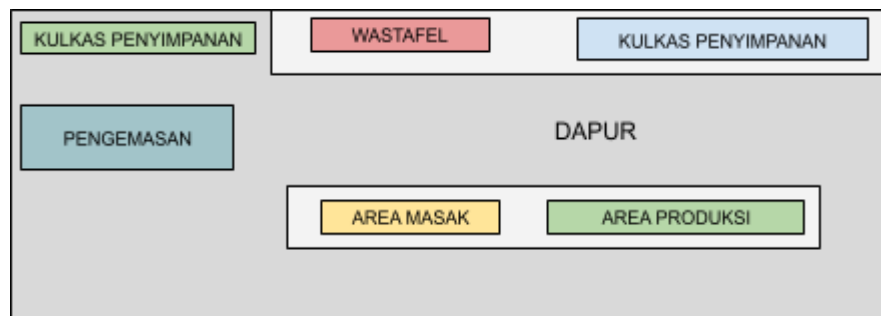
Dengan menggunakan sistem *pre order* dalam satu bulan diperhitungkan Satu Selera dapat memproduksi sejumlah 150 pcs risoles atau 30 paket (isi 5). Dalam satu bulan akan dilakukan 8 kali *batch pre order*, yang harapannya rata-rata produksi dapat menjual 3 sampai 4 paket risoles.

2.3.5 Proses produksi

1. Untuk kulit risol, campurkan tepung terigu, maizena, air, susu, minyak dan telur ke dalam wadah mangkok. Kemudian aduk menggunakan *ballon whisk*.
2. Panaskan wajan dengan api kecil menuju sedang, tunggu hingga wajan dalam kondisi panas.
3. Tuang adonan kulit risol dengan menggunakan centong, ratakan.

4. Masak sebentar kulit risol, lepaskan dari wajan menggunakan spatula, tuang ke atas piring.
5. Untuk saus, campurkan mayones dengan saus sambal, dan merica, aduk rata.
6. Siapkan kulit risol, masukkan isian risoles
7. Kemudian gulung kulit risol, masukkan ke dalam adonan basah lalu tepung roti sebagai pelapis
8. Pesanan dalam bentuk beku (*frozen*), risoles langsung dikemas menggunakan tempat plastik dengan saus sambal dan tempel stiker. Jika pesanan dalam bentuk siap makan, dilanjutkan dengan panaskan minyak, goreng risol sampai kuning keemasan, dan tiriskan.

2.3.6 Tata letak atau layout



Gambar 2.4 Layout Tempat Produksi

- a. Area Masak: Tempat pemasakan kulit dan produk siap makan
- b. Area Produksi: Tempat persiapan bahan, pembuatan adonan dan pengisian risoles
- c. Pengemasan: Area pengemasan produk

- d. Kulkas penyimpanan: Tempat penyimpanan bahan baku tidak tahan lama dan produk beku

2.3.7 Rancangan kualitas

Dalam menjaga kualitas produk, Satu Selera memperhatikan beberapa hal yaitu:

- a. Pembelian bahan baku: Dalam pembelian bahan baku kering Satu Selera telah menentukan beberapa merek paten untuk bahan baku serta merek pilihan jika sedang tidak tersedia. Untuk bahan baku yang tidak tahan lama seperti, telur dan daun bawang Satu Selera tidak menyimpan stok untuk mempertahankan kualitas dari bahan tersebut.
- b. Proses produksi: Pembuatan kulit risoles menggunakan ukuran teflon yang telah ditentukan untuk menjaga konsistensi bentuk dan ukuran. Kulit risoles yang terlalu tipis dan sobek tidak masuk dalam standar kualitas.
- c. Standar kulit risoles: Terdapat beberapa kriteria yang tidak sesuai standar dan menyebabkan kerusakan seperti, durasi memasak yang terlalu lama (kering), didiamkan di suhu ruang dalam waktu yang lama, dan kurangnya kelembaban pada adonan. Hal ini menjadikan kulit risoles harus segera dilanjutkan ke proses pengisian sebelum menjadi kering untuk menghindari sobek.



Gambar 2.5 Contoh produk gagal

- d. Rasa: Menjaga takaran masing-masing bahan saus mayones dan dicicipi untuk monitor konsistensi rasa.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Satu Selera menggunakan variabel segmentasi berdasarkan, geografis, demografis, psikografis dan perilaku konsumen. Secara geografis, Satu Selera menawarkan produk untuk area Yogyakarta. Menargetkan konsumen wanita yang berusia 25 tahun keatas yang merupakan seorang Ibu Rumah Tangga ataupun wanita yang bekerja. Konsumen yang dituju memiliki hobi eksplor kuliner, menyukai berbagai macam camilan, menyimpan stok camilan praktis dalam bentuk beku dan seseorang yang bergabung dalam suatu komunitas.

Yang menjadi target pasar (*Targeting*) dari Satu Selera adalah orang-orang yang menyukai camilan atau makanan ringan yang dapat dinikmati pada waktu luang ataupun pada kondisi membutuhkan makanan pengganjal perut yang cepat

disajikan. Meskipun disimpan dalam keadaan beku Satu Selera menggunakan bahan-bahan yang *premium* untuk menjaga konsistensi kualitas rasa pada produk dan tetap baik untuk dikonsumsi karena tidak menggunakan bahan pengawet. Satu Selera berusaha untuk menawarkan produk yang premium kepada konsumen yang ingin dituju.

Satu Selera memposisikan produk risoles mayones yang ditawarkan menjadi suatu produk yang tetap memiliki keunikan dan nilai tersendiri. Satu Selera menonjolkan nilai yang ditawarkan dari uniknya cita rasa racikan saus mayones, komposisi isian risoles dan bahan baku yang premium. Dibuat *fresh* tanpa bahan pengawet juga merupakan nilai tambah dari risoles mayones Satu Selera.

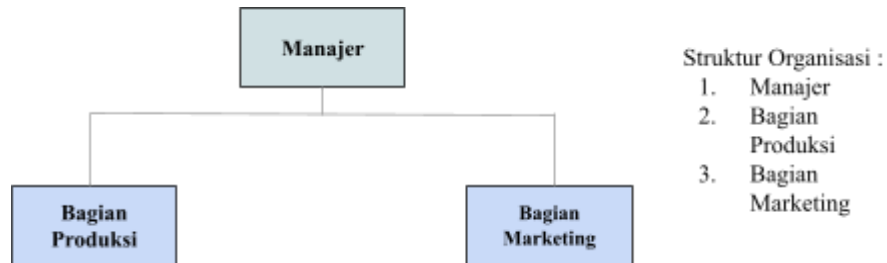
2.4.2 Marketing mix (7p)

- a. **Product:** Satu Selera menawarkan risoles mayones yang merupakan camilan atau makanan ringan yang berisi, daging asap, telur, dan daun bawang. Menggunakan bahan baku yang premium dan berkualitas. Risoles mayones hadir dalam dua bentuk, baku dan siap makan.
- b. **Place:** Satu Selera menawarkan produk melalui media sosial (*online*), tidak memiliki toko *offline*. Media sosial menjadi tempat Satu Selera berjualan dan melakukan pendekatan kepada konsumen yang dituju.
- c. **Price:** Produk ditawarkan dalam bentuk paket yang berisi 5 pcs risoles mayones dengan harga Rp40.000 (*frozen*) dan Rp45.000 (siap makan/matang).

- d. **Promotion:** Pemasaran digital menjadi sarana promosi Satu Selera dengan memanfaatkan media sosial. Aplikasi yang digunakan yaitu, *Whatsapp* sebagai media komunikasi, *Instagram* sebagai aplikasi berbagi konten promosi, dan *Tiktok* yang lebih fokus kepada konten dalam bentuk video singkat. Membuat perencanaan materi konten media sosial menjadi strategi pemasaran Satu Selera untuk menarik konsumen. Selain itu, penggunaan *Linktree* sebagai alat penghubung beberapa tautan yang dapat membantu konsumen untuk mendapatkan informasi produk seperti, informasi harga produk, media sosial lainnya, dan dapat terhubung langsung ke aplikasi *Whatsapp*.
- e. **People:** Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial menggunakan pemilihan bahasa dan kata yang baik saat menjawab pesan ataupun dalam materi konten yang dibagikan.
- f. **Process:** Pemesanan produk secara online melalui *Whatsapp* merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh konsumen. Proses produksi menggunakan peralatan dan prosedur yang memperhatikan kebersihan. Pengiriman produk dapat melalui ojek *online* atau *cash on delivery* (COD) pada wilayah tertentu.
- g. **Physical Evidence (Bukti Fisik):** Pengemasan produk menggunakan kotak berbahan plastik dan *snack box* berbahan kardus yang dilengkapi dengan stiker label dari Satu Selera. Desain label menggunakan warna yang mencirikan Satu Selera agar dapat diingat dengan konsumen.

2.5 Aspek Organisasi/Sumber Daya Manusia

2.5.1 Struktur Organisasi



Gambar 2.6 Struktur Organisasi

2.5.2 Deskripsi pekerjaan

Tabel 2.2 Deskripsi Pekerjaan

No	Jabatan/Posisi	Deskripsi Pekerjaan
1	Manajer	<ul style="list-style-type: none"> ● Menetapkan tujuan dan nilai-nilai yang akan dicapai sebuah usaha dalam jangka pendek hingga jangka panjang ● Merekrut tim ● Bertanggung jawab dalam proses produksi, operasional dan pemasaran produk untuk tetap mempertahankan nilai yang ditawarkan kepada konsumen ● Mengawasi dan mempertahankan kualitas produk hingga sampai kepada konsumen ● Membeli bahan baku ● Membuat <i>report</i> pembelian dan penjualan
2	Bagian Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ● Bertanggung jawab untuk melakukan produksi produk ● Melakukan pengecekan stok bahan baku dan stok opname ● Membuat <i>report</i> bahan baku yang menipis ● Bertanggung jawab menjaga kualitas produk ● Melakukan proses produksi hingga pengemasan produk

No	Jabatan/Posisi	Deskripsi Pekerjaan
3	Bagian Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Bertugas untuk berkomunikasi dan menjawab pesan dari konsumen secara <i>online</i> (media sosial) • Membuat perencanaan materi konten rutin (<i>Instagram story, feed, Tiktok</i>) • Pemegang akun media sosial • <i>Upload</i> konten rutin • Ikut serta membantu dalam pengemasan produk (bersama bagian produksi)

Tenaga kerja tambahan disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Satu Selera melakukan penambahan tenaga kerja jika terdapat kondisi seperti, jumlah pesanan melebihi kapasitas kemampuan manajer yang membutuhkan perekrutan bagian produksi tambahan dan bagian *marketing* yang dibutuhkan berdasarkan *project* pada jadwal pengunggahan konten 2 (dua) kali dalam satu bulan.

2.5.3 Kualifikasi pekerjaan

a. Bagian Produksi

1. Dapat mengikuti sistem kerja yang ada
2. Mampu mengikuti arahan khususnya dalam proses produksi
3. Dapat bekerja dalam tim
4. Mau belajar, tekun dan bersemangat
5. Domisili Sleman, Yogyakarta

b. Bagian Marketing

1. Dapat mengikuti sistem kerja yang ada
2. Memiliki komunikasi yang baik (pemilihan kata dan bahasa)

3. Kreatif dan inovatif
4. Tekun dan bersemangat
5. Dapat menggunakan aplikasi pembuatan konten, edit foto dan video
6. Domisili Sleman, Yogyakarta

2.5.4 Sistem perekrutan

- a. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan 2 orang yang dibagi pada masing-masing bagian.
- b. Pekerjaan pada bagian produksi yang dibagi menjadi, bagian produksi adonan dan pengemasan
- c. Bagian marketing lebih difokuskan dalam pembuatan konten dan mengelola media sosial.
- d. Memasang lowongan pekerjaan melalui media sosial atau menawarkan orang terdekat.
- e. Melakukan wawancara dan penyampaian sistem kerja.

2.5.5 Sistem penilaian kinerja

- a. *Attitude* dalam bekerja (sopan santun, tekun, bersemangat dan saling membantu)
- b. Kemampuan menyesuaikan diri
Mampu untuk menyesuaikan diri dalam sistem kerja yang ada dan memiliki semangat untuk bekerja.
- c. Kemampuan bekerja dalam tim
Memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim.
- d. Ketepatan dan ketelitian dalam melakukan produksi

Dapat melakukan pekerjaan dengan tepat sesuai arahan dan teliti dalam menyelesaikan pekerjaan.

e. Kualitas pekerjaan

Dapat menyelesaikan pekerjaan dan menghasilkan produk sesuai dengan kualitas yang sudah menjadi standar dan dapat mempertahankan kualitas produk.

2.5.6 Sistem kompensasi

Sistem kompensasi yang diberikan pada karyawan menggunakan hitungan per jam kerja. Produksi dilakukan 8 kali dalam sebulan, yang dibagi menjadi 2 kali per minggunya. Dalam satu kali produksi diperhitungkan biaya kompensasi sebesar Rp 50.000 per hari dengan estimasi waktu kerja 5 jam.

2.6 Aspek Keuangan

2.6.1 Kebutuhan Investasi

Tabel 2.3 Investasi Peralatan Operasional

No	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)	Umur ekonomis	Penyusutan
	Biaya Investasi					
	Peralatan					
1	Wajan anti lengket (teflon)	1 pcs	Rp100,000	Rp100,000	60	Rp1,666
2	Kompor	1 unit	Rp400,000	Rp400,000	60	Rp6,666
3	Tabung Gas Elpiji 3kg	1 pcs	Rp195,000	Rp195,000	72	Rp2,708
4	Spatula silikon	1 pcs	Rp10,000	Rp10,000	60	Rp166
5	Centong	1 pcs	Rp15,000	Rp15,000	60	Rp250

No	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)	Umur ekonomis	Penyusutan
6	Gelas takar	1 pcs	Rp35,000	Rp35,000	60	Rp583
7	Mangkok sedang	2 pcs	Rp15,000	Rp30,000	60	Rp500
8	Talenan	1 pcs	Rp25,000	Rp25,000	60	Rp416
9	Piring	2 pcs	Rp30,000	Rp30,000	60	Rp500
10	<i>Balloon whisk</i>	1 pcs	Rp24,000	Rp24,000	60	Rp400
11	Kontainer makanan	2 pcs	Rp32,000	Rp64,000	60	Rp1,066
12	Saringan	1 pcs	Rp8,000	Rp8,000	60	Rp133
13	Capitan makanan	1 pcs	Rp6,000	Rp6,000	60	Rp100
14	Timbangan	1 unit	Rp80,000	Rp80,000	60	Rp1,333
15	Laptop	1 pcs	Rp8,000,000	Rp8,000,000	60	Rp133,333
16	Standing banner	1 pcs	Rp200,000	Rp200,000	60	Rp3,333
	Total Biaya Investasi			Rp9,222,000		Rp153,158

2.6.2 Kebutuhan Bahan Baku Produksi

Kebutuhan bahan baku disesuaikan dengan kapasitas produk dalam jangka waktu satu bulan yang telah ditentukan yaitu dapat menghasilkan sebanyak 150 pcs risoles.

Tabel 2.4 Bahan Baku Produksi

	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)
III	Biaya Bahan Baku			
	Tepung terigu	3 kg	Rp11,750	Rp35,250
	Maizena	250 gr	Rp9,000	Rp9,000
	Susu full cream	3 pcs	Rp18,000	Rp54,000
	Air Galon	1 galon	Rp10,000	Rp10,000
	Garam	250 gr	Rp5,000	Rp5,000
	Minyak goreng 2 liter	1 pouch	Rp19,000	Rp19,000

	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)
	Telur	4 kg	Rp29,000	Rp116,000
	<i>Smoked Beef 500gr</i>	2 pack	Rp49,000	Rp98,000
	Daun bawang	2 kg	Rp14,000	Rp28,000
	Mayones 1 kg	4 pouch	Rp30,000	Rp120,000
	Mustard 1 kg	1 pouch	Rp63,000	Rp63,000
	Saus sambal	1 pouch	Rp25,250	Rp25,250
	Merica	100gr	Rp35,000	Rp35,000
	Tepung panko/roti	3 kg	Rp19,000	Rp57,000
	Saus sambal sachet	3 pouch	Rp7,000	Rp21,000
	Gas	1 pcs	Rp100,000	Rp100,00
	<i>Plastik 25 @50lembar</i>	1 pack	Rp500	Rp25,000
	Thinwall	50 pcs	Rp1,520	Rp76,000
	Stiker (A3 isi 12)	24 pcs	Rp17,500	Rp35,000
	Total Biaya Bahan baku			Rp946,500

2.6.3 Biaya Gaji Tenaga Kerja (Sumber Daya Manusia)

Tabel 2.5 Biaya Tenaga Kerja

No	Keterangan	Jam	Unit	Jumlah
1	Gaji bagian produksi	5 Jam	1	Rp200,000
2	Gaji bagian marketing	5 Jam	1	Rp200,000

Biaya Tenaga kerja khususnya bagian produksi tambahan dibutuhkan saat jumlah pemesanan produk melebihi kapasitas kemampuan manajer dalam melakukan produksi. Biaya tenaga kerja diperhitungkan dengan jumlah jam kerja selama 5 jam dengan total gaji yang dibayarkan usaha selama satu bulan sebesar

Rp400,000. Perhitungan tersebut dapat berubah dan terdapat tambahan jika dalam kondisi tertentu.

2.6.4 Biaya Operasional

Tabel 2.6 Biaya Operasional

	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah (Rp)
II	Biaya Operasional			
	Gaji	2	Rp200,000	Rp400,000
	Listrik & Air	1	Rp50,000	Rp50,000
	Internet	1	Rp25,000	Rp25,000
	Transportasi	1	Rp50,000	Rp50,000
	Sewa tempat	1	Rp100,000	Rp100,000
	Penyusutan aset	1	Rp175,000	Rp,175,000
	Total Biaya Operasional			Rp800,000

2.6.5 Sumber Pendanaan

Untuk memulai usaha Satu Selera membutuhkan Rp 15.000.000 yang dialokasikan untuk kebutuhan awal produksi yang terdiri dari biaya investasi peralatan, bahan baku, kemasan, dan operasional. Sumber dana tersebut berasal dari investasi orang tua.

2.6.7 Perhitungan Harga

- a. HPP (Harga Pokok Penjualan)

$$\text{HPP} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Biaya variabel}}{\text{Kapasitas bulanan}}$$

$$= \frac{\text{Rp}7,500 + \text{Rp}961,500}{150\text{pcs}}$$

$$= \text{Rp}6.460$$

b. HARGA JUAL

$$\text{Frozen} = \text{Rp}6.460 \times 25 \%$$

$$= \text{Rp}8,075 \times 5 \text{ pcs (1 Paket)}$$

$$= \mathbf{\text{Rp}40.000}$$

$$\text{Siap Makan} = \text{Rp}6,460 \times 40\%$$

$$= \text{Rp}9,044 \times 5 \text{ pcs}$$

$$= \mathbf{\text{Rp}45,000}$$

c. PENJUALAN

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (Frozen)} &= \text{Harga} \times \text{Kapasitas bulanan} \\ &= \text{Rp}8,075 \times 150 \\ &= \text{Rp}1.211.250 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (Siap makan)} &= \text{Rp}9,044 \times 150 \\ &= \text{Rp}1,356,600 \end{aligned}$$

d. BEP Rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP rupiah} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel : penjualan})} \\ &= \frac{\text{Rp}225,000}{1 - (\text{Rp}961,500 : 150)} = \mathbf{\text{Rp}224,999} \end{aligned}$$

2.7 Aspek Teknologi Digital

Satu Selera memanfaatkan teknologi sebagai alat bantu yang memudahkan berjalannya operasional bisnis. Penggunaan alat komunikasi seperti, *smartphone* digunakan Satu Selera sebagai alat utama untuk berkomunikasi, pengelolaan akun media sosial dan laptop sebagai alat untuk pengeditan konten, desain, dan pencatatan keuangan. Berbagai aplikasi pendukung juga digunakan untuk aktivitas operasional seperti, *Microsoft Excel* dan *Google Sheets* sebagai tempat pencatatan stok barang, biaya pengeluaran, dan pemasukan. Pembuatan konten dan *editing* Satu Selera memanfaatkan aplikasi melalui *canva* dan *inshot* yang mudah digunakan. Pembuatan akun media sosial seperti, *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Tiktok* sebagai aplikasi pendukung komunikasi dan saluran *content marketing* produk. Untuk mempermudah berbagi berbagai tautan informasi produk dan penghubung aplikasi lainnya, Satu Selera juga membuat *linktree* sebagai *link* tautan utama.

BAB III

Laporan Perkembangan Bisnis

3.1 Profil Bisnis

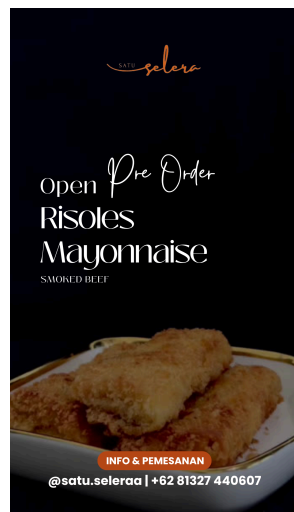
Satu Selera merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner khususnya camilan yang menghasilkan produk risoles mayonaise. Mulai berdiri pada tanggal 26 April 2024 bertepatan dengan dilakukannya *open pre order* untuk pertama kali. Proses penjualan dilakukan secara *online* melalui media sosial seperti, *Instagram*, *Tiktok* dan *Whatsapp* sebagai sarana komunikasi. Oleh karena itu, hanya ada lokasi yang diperuntukan untuk produksi yang bertempat di Jl Kaliurang KM 16. Sejak Satu Selera mulai melakukan produksi, berbagai evaluasi dilakukan berdasarkan beberapa testimoni dan pengalaman selama berjalannya usaha. Satu Selera mengumpulkan berbagai *review* dari para konsumen untuk menjadi bahan perbaikan khususnya pada produk yang dihasilkan dan terdapat perubahan harga pada produk. Selain perkembangan pada produk, Satu Selera juga terus mengupayakan media sosial sebagai tempat untuk berkomunikasi dan membagikan informasi produk yang dikemas dengan menarik dari segi visualnya.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.2.1 Pemasaran Produk (*Content Marketing*)

Pada bulan pertama usaha pesanan yang masuk merupakan konsumen yang termasuk dalam kriteria segmentasi dan target pasar Satu Selera pada perencanaan usaha. Konsumen yang melakukan pembelian juga berasal dari

kelompok mahasiswa dan mahasiswi yang ada di Yogyakarta. Satu Selera membagikan poster informasi pemesanan yang dibagikan melalui *Instagram story* dan *Whatsapp story*. Pada bulan pertama ini para konsumen yang melakukan pemesanan produk pada saat melihat poster, namun ada juga konsumen yang melakukan pembelian untuk kegiatan pengajian.



Gambar 3.1 Poster Pre Order



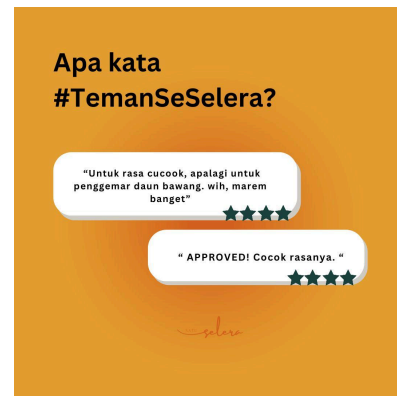
Gambar 3.2 Poster Pre Order 2

Dalam memasarkan produk Satu Selera menggunakan media sosial sebagai tempat untuk memberikan konten seperti, testimoni dan informasi produk. Satu Selera membuat beberapa konten yang diunggah pada *feeds* Instagram dan juga konten singkat pada *Instagram story*. Satu Selera memaksimalkan pembuatan konten interaktif melalui *Instagram story* dan *feeds* untuk membangun komunikasi dan menarik konsumen melalui postingan yang diunggah. Penggunaan desain konten biasanya menggunakan *template* warna hijau dan

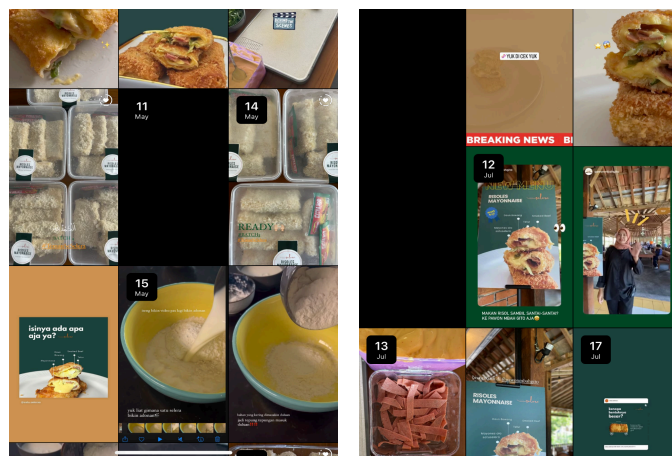
jingga yang mencirikan merek dari Satu Selera. Dalam penulisan deskripsi konten Satu Selera membuat panggilan atau sapaan dengan nama #TemanSeSelera untuk konsumen Satu Selera.



Gambar 3.3 Konten Informasi produk



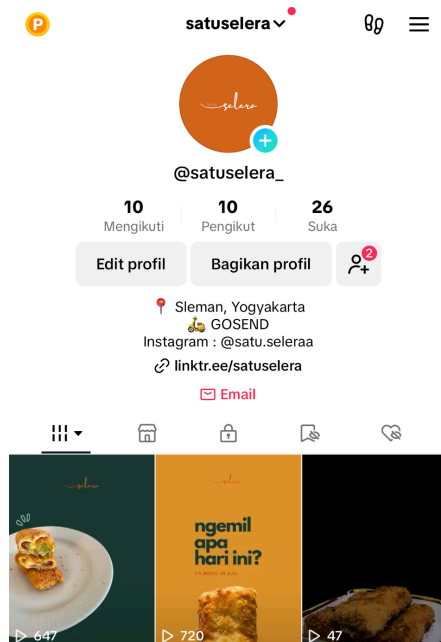
Gambar 3.4 Konten Testimoni



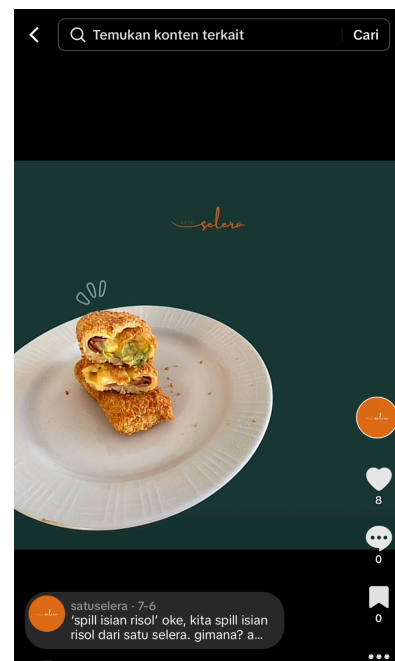
Gambar 3.5 Konten *Instagram story*

Pada bulan kedua terdapat penurunan pesanan dibandingkan pada bulan pertama. Pada bulan ini konten yang diunggah juga mengalami penurunan khususnya pada *feeds Instagram*. Satu Selera membuat akun *Tiktok* sebagai media promosi tambahan untuk memperkenalkan Satu Selera ke konsumen yang lebih

luas. Konten yang diunggah pada aplikasi *Tiktok* lebih fokus kepada video singkat, *Tiktok* juga memiliki algoritma yang dapat membuat video acak dapat muncul pada halaman yang disebut *for your page* seseorang tanpa harus mengikuti suatu akun terlebih dahulu. Hal ini menjadikan akun Satu Selera dalam mengunggah video bisa mendapatkan 500+ *views* dengan jumlah pengikut dibawah 20.

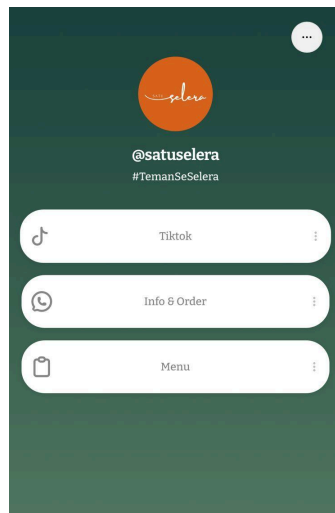
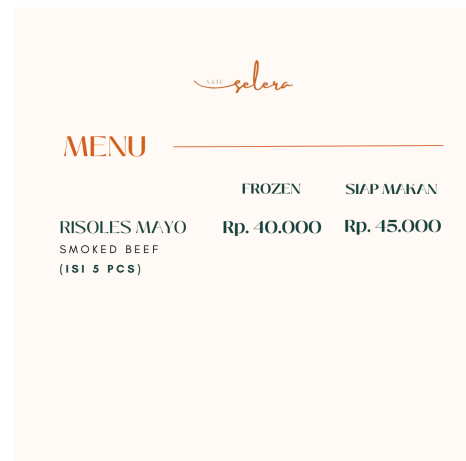


Gambar 3.6 Halaman profil Tiktok



Gambar 3.7 Konten video Tiktok

Satu Selera juga memanfaatkan *linktree* yang dapat memudahkan konsumen untuk tersambung dan mendapatkan informasi lebih lanjut seperti, kontak hubung pemesanan yang tersambung ke aplikasi *Whatsapp*, berbagi tautan daftar menu, dan tautan media sosial lainnya.

Gambar 3.8 Tampilan *Linktree*

Gambar 3.9 File Daftar Menu

Melalui media sosial Satu Selera juga berupaya untuk mendapatkan daya tarik target konsumen yang dituju dengan mengikuti akun-akun pribadi yang tergabung dalam suatu komunitas yaitu, ibu-ibu yang tergabung dalam majelis taklim dan organisasi tertentu. Bulan ketiga dilakukannya penjualan, Satu Selera membuat desain *tripod banner* yang ditempatkan pada rumah makan untuk menampilkan visualisasi dari bentuk risoles yang dapat menarik konsumen



Gambar 3.10 Tripod Banner

3.2.2 Penentuan Harga dan Distribusi Produk

Pendistribusian produk dilakukan langsung ke konsumen melalui ojek *online* atau *cash on delivery* (untuk wilayah tertentu). Namun, pada bulan ketiga usaha Satu Selera mulai bermitra dengan sebuah rumah makan, yang menjadikan Satu Selera memiliki dua *customer segment* yaitu, *business to customer* (B2C) dan *business to business* (B2C). Satu Selera menyalurkan produk dalam bentuk risol beku (*frozen*) dengan rata-rata pemesanan 50 pcs risoles perminggu.

Pada awal bulan usaha harga produk dalam bentuk beku dan matang masih disamakan Rp7000 untuk melakukan tes pasar. Setelah dilakukannya perhitungan ditemukannya Harga Pokok Penjualan pada masing-masing bentuk produk dengan tambahan pertimbangan gas dan minyak goreng pada risoles siap makan. Satu Selera menetapkan harga jual Rp40.000 untuk risol beku dan Rp45.000 untuk risol siap makan yang masing-masing paket berisi 5pcs.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

Bahan baku yang digunakan dibagi menjadi bahan kering yang tahan lama dan basah. Bahan kering terdiri dari jenis tepung, garam, mayones, saos, merica, *smoked beef*, dan minyak. Sedangkan bahan basah merupakan bahan yang lebih mudah rusak atau tidak tahan disimpan dalam jangka waktu yang lama karena akan mengalami penurunan kualitas dan mengalami kebusukan, yaitu susu (dalam kondisi sudah terbuka), telur, dan daun bawang. Penggunaan bahan baku kering dan basah diperhitungkan berdasarkan kapasitas produksi dalam waktu satu bulan.

Tabel 3.1 Kebutuhan Bahan Baku Produksi

No	Nama Barang	Unit	Jumlah (Rp)
1	Tepung terigu	3 kg	Rp35,250
2	Maizena	250 gr	Rp9,000
3	Susu full cream	3 pcs	Rp54,000
4	Air Galon	1 galon	Rp10,000
5	Garam	250 gr	Rp5,000
6	Minyak goreng 2 liter	1 pouch	Rp19,000
7	Telur	4 kg	Rp116,000
8	<i>Smoked Beef 500gr</i>	2 pack	Rp98,000
9	Daun bawang	2 kg	Rp28,000
10	Mayones 1 kg	4 pouch	Rp120,000
11	Mustard 1 kg	1 pouch	Rp63,000
12	Saus sambal	1 pouch	Rp25,250
13	Merica	100gr	Rp35,000
14	Tepung panko/roti	3 kg	Rp57,000
15	Saus sambal sachet	3 pouch	Rp21,000

No	Nama Barang	Unit	Jumlah (Rp)
16	<i>Plastik 25 @20 lembar</i>	2 pack	Rp40,000
17	Thinwall @1000ml	50pcs	Rp76,000
18	Stiker (A3 isi 12)	24 pcs	Rp35,000

Sebelum dimulainya usaha dilakukan percobaan dalam pembuatan resep produk dan pencarian bahan baku yang sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan Satu Selera. Bahan baku dicari berdasarkan merek lalu dicoba *trial* untuk pembuatan adonan dan saus mayones yang dapat mencapai posisi ideal antara kualitas dan juga harga beli bahan baku. Pembelian bahan baku dibagi menjadi beberapa tempat. Masing-masing bahan baku dapat ditemukan pada beberapa tempat dikarenakan toko yang dituju merupakan jenis toko yang sama (toko bahan kue). Oleh karena itu, masing-masing toko bahan baku telah melalui berbagai pertimbangan harga yang tidak jauh berbeda, hal ini memudahkan Satu Selera dalam memenuhi kebutuhan dengan dapat memilih tempat yang lebih dekat dengan area produksi. Mayoritas pembelian bahan baku dilakukan dengan menggunakan transportasi pribadi dengan berkunjung langsung dan ada juga yang melalui pesan antar.

Tabel 3.2 Daftar Nama Supplier atau Toko

No	Nama Supplier	Bahan baku
1	Naro	Smoked Beef
2	HK Smile	Tepung panir, susu, kemasan <i>thinwall</i>
3	Manggala	<i>Snack box</i> , susu, <i>mayonnaise</i> , <i>mustard</i> , telur, saos sambal, tepung terigu, tepung maizena, merica, minyak goreng, dan garam
4	Tulip	<i>Mayonnaise</i> , <i>mustard</i> , tepung terigu
5	Toko Sayur Segar	Daun bawang dan telur

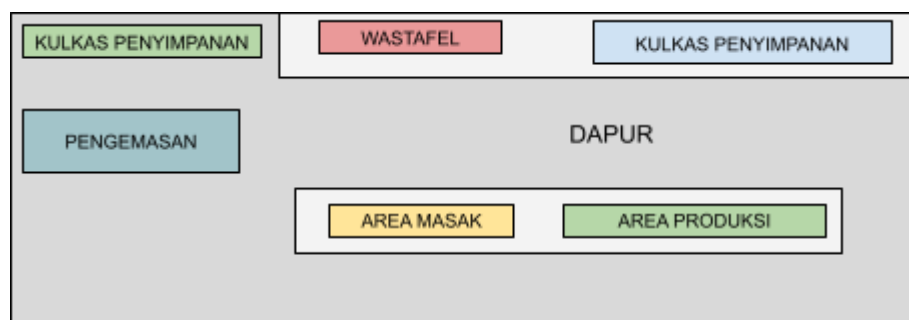
Peralatan yang digunakan untuk produksi merupakan alat dapur yang biasa digunakan sehari-hari dan tidak ada peralatan khusus atau spesifik yang diperlukan.

Tabel 3.3 Daftar Peralatan Produksi

No	Jenis Anggaran	Unit
1	Wajan anti lengket (teflon)	1 pcs
2	Kompor	1 unit
3	Tabung Gas Elpiji 3kg	1 pcs
4	Spatula silikon	1 pcs
5	Centong	1 pcs
6	Gelas takar	1 pcs
7	Mangkok sedang	2 pcs
8	Talenan	1 pcs
9	Piring	2 pcs
10	<i>Balloon whisk</i>	1 pcs

No	Jenis Anggaran	Unit
11	Kontainer makanan	2 pcs
12	Saringan	1 pcs
13	Capitan makanan	1 pcs
14	Timbangan	1 unit

Alat yang digunakan selama produksi masih bergabung dengan peralatan yang sudah ada di rumah. Terdapat alat-alat yang merupakan milik pribadi dan pembelian sendiri sebagai aset usaha. Hal ini menjadikan ada sedikit kendala pada perhitungan biaya peralatan yang dimasukkan dalam penentuan harga jual produk. Ruang produksi Satu Selera juga masih bergabung dengan ruangan milik pribadi dengan sistem sewa tempat. Pada saat proses produksi produk ruangan dibagi menjadi beberapa tempat, area masak, area produksi, penyimpanan, dan pengemasan.



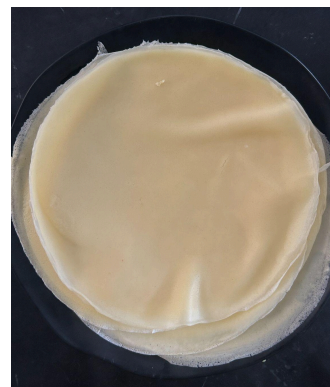
Gambar 3.11 Layout Tempat Produksi

- Area Masak: Tempat pemasakan kulit dan produk siap makan
- Area Produksi: Tempat persiapan bahan, pembuatan adonan dan pengisian risoles

- c. Pengemasan: Area pengemasan produk
- d. Kulkas penyimpanan: Tempat penyimpanan bahan baku tidak tahan lama dan produk beku

3.3.1 Proses Produksi

1. Untuk kulit risol, campurkan tepung terigu, maizena, air, susu, minyak dan telur ke dalam wadah mangkok. Kemudian aduk menggunakan *ballon whisk*.
2. Panaskan wajan dengan api kecil menuju sedang, tunggu hingga wajan dalam kondisi panas.
3. Tuang adonan kulit risol dengan menggunakan centong, ratakan.
4. Masak sebentar kulit risol, lepaskan dari wajan menggunakan spatula, tuang ke atas piring.



Gambar 3.12 Produksi Kulit Risol Gambar 3.13 Kulit Risol Matang

5. Untuk saus, campurkan mayones dengan saus sambal, dan merica, aduk rata.
6. Siapkan kulit risol, masukkan isian risoles



Gambar 3.14 Bahan Isian Risoles Gambar 3.15 Proses Mengisi Risol

7. Kemudian gulung kulit risol, masukkan ke dalam adonan basah lalu tepung roti sebagai pelapis.



Gambar 3.16 Risoles Selesai Produksi

8. Pesanan dalam bentuk beku (*frozen*), risoles langsung dikemas menggunakan tempat plastik dengan saus sambal dan tempel stiker. Jika pesanan dalam bentuk siap makan, dilanjutkan dengan panaskan minyak, goreng risol sampai kuning keemasan, dan tiriskan.



Gambar 3.17 Pengemasan Risol Beku



Gambar 3.18 Risol Siap Makan

Terdapat perubahan takaran untuk menghasilkan kulit yang lebih tipis, namun dalam proses produksi terdapat kendala seperti, terlalu tipis yang dapat menyebabkan kulit risoles sobek saat digulung, kulit risoles yang terlalu lama didiamkan di suhu ruangan yang berakibat kulit menjadi kering dan tidak lentur. Kendala tersebut menjadikan Satu Selera evaluasi dan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Pembelian bahan baku: Dalam pembelian bahan baku kering Satu Selera telah menentukan beberapa merek paten untuk bahan baku serta merek pilihan jika sedang tidak tersedia. Untuk bahan baku yang tidak tahan lama seperti, telur dan daun bawang Satu Selera tidak menyimpan stok untuk mempertahankan kualitas dari bahan tersebut.
- b. Proses produksi: Pembuatan kulit risoles menggunakan ukuran *teflon* dan centong yang telah ditentukan untuk menjaga konsistensi bentuk dan

ukuran. Kulit risoles yang terlalu tipis dan sobek tidak masuk dalam standar kualitas.

- c. Penyimpanan kulit risoles: Kulit risoles tidak didiamkan dalam jangka waktu yang lama, ditutup menggunakan kain lembab untuk menjaga kelembaban saat proses pengisian risoles. Kulit risoles harus segera dilanjut ke proses pengisian sebelum menjadi kering untuk menghindari sobek.

3.3.2 Produk yang dihasilkan

Risoles mayones termasuk kedalam kategori makanan ringan atau camilan yang ditawarkan dalam bentuk beku (*frozen*) dan siap makan. Perencanaan bahan baku yang dibutuhkan berdasarkan kapasitas produksi yang telah ditentukan dalam jangka waktu satu bulan yaitu sebanyak 150 pcs (30 paket). Namun, pada bulan bulan pertama jumlah permintaan lebih banyak dibandingkan perencanaan kapasitas produksi awal yaitu sebanyak 225 pcs. Pada bulan kedua usaha terdapat penurunan permintaan yang cukup banyak dibandingkan pada bulan pertama yaitu dengan terjualnya 15 pcs risoles saja. Setelah dilakukannya evaluasi mengenai pemasaran dan mencari target pasar baru pada bulan ketiga Satu Selera mendapatkan penjualan sebesar 110 pcs risoles mayones.

Kemasan yang digunakan menyesuaikan bentuk risoles yang disajikan yaitu dengan menggunakan kotak plastik untuk risoles beku (*frozen*) dan *paper box/snack box* pada risoles siap makan, lalu pada masing-masing kemasan diberi label stiker yang bertuliskan merek dan nama produk Satu Selera. Pada pesanan produk yang dikirimkan ke rumah makan (B2B) digunakan kotak kontainer

makanan plastik berukuran sedang yang dapat menampung risoles dengan kapasitas yang lebih banyak dibanding kotak plastik yang seperti biasanya. Hal ini menjadikan lebih hematnya pemakaian kemasan kotak plastik ukuran biasa.



Gambar 3.19 Desain Label



Gambar 3.20 Kemasan risoles beku

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Selama 3 (tiga) bulan berjalannya usaha Satu Selera belum memiliki sumber daya manusia seperti yang telah direncanakan pada perencanaan bisnis. Operasional usaha pada bagian produksi dan bagian pemasaran (*marketing*) masih dilakukan sendiri oleh manajer. Kondisi pada bulan pertama usaha terdapat pesanan yang masuk yang melebihi kapasitas produksi yang telah direncanakan, oleh karena itu muncul pada proses produksi yang membutuhkan lebih banyak waktu karena dikerjakan oleh satu orang saja. Bulan kedua usaha terdapat penurunan permintaan yang menjadikan proses produksi jarang dilakukan. Pada bulan kedua ini juga terjadi penurunan performa dalam melakukan pemasaran melalui *Instagram*. Konten *feeds* tidak terpegang dikarenakan Satu Selera belum

membuat perencanaan konten rutin untuk bulan kedua dan manajer tidak fokus dengan deskripsi pekerjaan pada masing-masing bagian.

Tabel 3.4 Deskripsi Pekerjaan

No	Jabatan/Posisi	Deskripsi Pekerjaan
1	Manajer	<ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan tujuan dan nilai-nilai yang akan dicapai sebuah usaha dalam jangka pendek hingga jangka panjang b. Merekrut tim c. Bertanggung jawab dalam proses produksi, operasional dan pemasaran produk untuk tetap mempertahankan nilai yang ditawarkan kepada konsumen d. Mengawasi dan mempertahankan kualitas produk hingga sampai kepada konsumen e. Membeli bahan baku f. Membuat <i>report</i> pembelian dan penjualan
2		<ul style="list-style-type: none"> a. Bertanggung jawab untuk melakukan produksi produk b. Melakukan pengecekan stok bahan baku dan stok opname c. Membuat <i>report</i> bahan baku yang menipis d. Bertanggung jawab menjaga kualitas produk e. Melakukan proses produksi hingga pengemasan produk
3		<ul style="list-style-type: none"> a. Bertugas untuk berkomunikasi dan menjawab pesan dari konsumen secara <i>online</i> (media sosial) b. Membuat perencanaan materi konten rutin (<i>Instagram story, feed, Tiktok</i>) c. Pemegang akun media sosial d. <i>Upload</i> konten rutin e. Ikut serta membantu dalam pengemasan produk (bersama bagian produksi)

3.4.1 Kualifikasi pekerjaan

a. Bagian Produksi

- Dapat mengikuti sistem kerja yang ada
- Mampu mengikuti arahan khususnya dalam proses produksi
- Dapat bekerja dalam tim
- Domisili di Yogyakarta

b. Bagian penjualan

- Dapat mengikuti sistem kerja yang ada
- Mampu melayani konsumen secara langsung (*online* dan *offline*)
- Memiliki cara berkomunikasi yang baik
- Domisili di Yogyakarta

3.4.2. Sistem perekrutan

- a. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan 2 orang yang dibagi pada masing-masing bagian.
- b. Pekerjaan sebagai tim produksi yang dibagi menjadi, bagian produksi adonan dan penggorengan.
- c. Bagian penjualan lebih diutamakan untuk penjualan secara *online*.
- d. Memasang lowongan pekerjaan atau menawarkan secara *online* dan menawarkan kepada orang terdekat.
- e. Melakukan wawancara dan penyampaian sistem kerja.

Sistem kompensasi yang diberikan pada karyawan menggunakan hitungan per jam kerja. Dalam laporan perencanaan bisnis Satu Selera memperkirakan produksi dilakukan 8 kali dalam sebulan, yang dibagi

menjadi 2 kali per minggunya dengan jumlah waktu kerja selama 5 jam perhari. Namun dalam kondisi dilapangan, kompensasi ini diberlakukan dan dibayarkan kepada manajer dikarenakan seluruh pekerjaan pada masing-masing bagian dilakukan sendiri oleh manajer. Setelah dijalankannya usaha selama 3 (tiga) bulan Satu Selera melakukan evaluasi terhadap kebutuhan sumber daya manusia pada masing-masing bagian. Satu Selera telah memiliki rencana dalam sistem perekrutan dan sistem penilaian kinerja sebagai persiapan untuk mencari sumber daya manusia jika kedepannya usaha dapat dilanjutkan kembali.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Harga yang ditentukan pada bulan pertama di minggu pertama usaha terjadi perubahan dikarenakan harga produk beku dan siap makan masih disamakan. Pada minggu kedua harga jual produk dibedakan menjadi Rp40,000 untuk produk beku dan Rp45,000 siap makan. Jumlah permintaan produk pada masing-masing bulan mengalami kenaikan dan penurunan dikarenakan adanya kendala.

Tabel 3.5 Jumlah Penjualan Bulan April

 Laporan Jumlah Pesanan Periode : 27-30 April				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
27 Apr	<div>Siap Makan ▾</div> <div>Beku/Frozen ▾</div>	2 Paket	Rp70,000	<div>Transfer ▾</div>

Laporan Jumlah Pesanan Periode : 27-30 April				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
28 Apr	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp35,000	Transfer ▾
	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp35,000	E-wallet ▾
29 Apr	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp35,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp35,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp35,000	Cash ▾
30 Apr	Siap Makan ▾	7 Paket	Rp245,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	3 Paket	Rp105,000	Transfer ▾
JUMLAH		17 Paket	Rp595,000	

Jumlah produk yang terjual selama 4 (empat) hari pada tanggal 27 sampai 30 April sebanyak 17 paket. Jumlah pendapatan yang dihasilkan sebesar Rp595,000 yang dibagi dalam bentuk tunai (*cash*) dan *transfer*.

Tabel 3.6 Jumlah Penjualan Bulan Mei

 Laporan Jumlah Pesanan Periode : Mei				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
6 Mei	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
8 Mei	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	5 Paket	Rp200,000	Transfer ▾

Laporan Jumlah Pesanan Periode : Mei				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
10 Mei	Beku/Frozen ▾	3 Paket	Rp120,000	Transfer ▾
12 Mei	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp45,000	Cash ▾
15 Mei	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp45,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	3 Paket	Rp120,000	Cash ▾
	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
20 Mei	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
	Siap Makan ▾	9 Paket	Rp405,000	Transfer ▾
	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
29 Mei	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp45,000	Transfer ▾
JUMLAH		28 Paket	Rp1,175,000	

Pada bulan Mei yang masih terhitung sebagai periode bulan pertama usaha, mendapatkan penjualan sebanyak 28 paket. Pendapatan yang dihasilkan sejumlah Rp1,175,000. Total penjualan yang dihasilkan pada periode bulan pertama dalam jangka waktu 27 April hingga 31 Mei sebanyak 45 paket.

Tabel 3.7 Jumlah Penjualan Bulan Juni

 Laporan Jumlah Pesanan Periode : Juni				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
6 Juni	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Cash ▾
11 Juni	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp45,000	Transfer ▾
24 Juni	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Cash ▾
JUMLAH		3 Paket	Rp125,000	

Pada bulan kedua usaha terdapat penurunan penjualan dan waktu produksi yang hanya dilakukan 3 (kali) dalam satu bulan. Pada bulan ini produk yang terjual sebanyak 3 paket.

Tabel 3.8 Jumlah Penjualan Bulan Juli

 Laporan Jumlah Pesanan Periode : Juli				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
10 Juli	Beku/Frozen ▾	4 Paket	Rp160,000	Transfer ▾
13 Juli	Beku/Frozen ▾	5 Paket	Rp200,000	Transfer ▾
	Siap Makan ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
23 Juli	Beku/Frozen ▾	5 Paket	Rp200,000	Cash ▾
	Beku/Frozen ▾	1 Paket	Rp40,000	Transfer ▾
26 Juli	Beku/Frozen ▾	3 Paket	Rp120,000	Cash ▾

Laporan Jumlah Pesanan Periode : Juli				
Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total	Note
29 Juli	Beku/Frozen ▾	3 Paket	Rp120,000	Cash ▾
JUMLAH		22 Paket	Rp888,000	

Berdasarkan jumlah penjualan selama 3 (tiga) bulan ditemukan bahwa risoles mayones dalam bentuk beku (*frozen*) merupakan kategori produk yang paling banyak dipesan. Naik dan turunnya jumlah penjualan menjadikan biaya kebutuhan bahan baku dan biaya operasional yang diperlukan disesuaikan dengan jumlah pesanan yang masuk. Pencatatan pembelian bahan baku dibuat berdasarkan bulan atau periode yang memudahkan Satu Selera untuk melihat kembali data pembelian barang pada bulan sebelumnya.

Tabel 3.9 Pengeluaran Kebutuhan Per Bulan

Keterangan	BULAN		
	I (April - Mei)	II (Juni)	III (Juli)
Bahan baku	Rp1,108,551	Rp63,125	Rp327,148
Operasional Tetap	Rp225,000	Rp225,000	Rp225,000
SDM	Rp265,000	Rp18,750	Rp,133,200
TOTAL	Rp1,598,551	Rp306,875	Rp685,348

Biaya pengeluaran pada tabel diatas mencakup biaya pembelian bahan baku produksi, biaya operasional atau biaya tetap, dan biaya tenaga kerja.

3.5.1 Laporan Laba/Rugi

Tabel 3.10 Laporan Laba Rugi

 LAPORAN LABA-RUGI Periode : April - Juli 2024		
		Jumlah
		Rp
PENDAPATAN		
PENJUALAN		
Total Penjualan		2,783,000
Penjualan Bersih		2,783,000
HARGA POKOK PENJUALAN		2,075,199
<i>Laba Kotor</i>		707,801
BIAYA OPERASIONAL		
Gaji		1,200,000
Listrik		150,000
Internet		75,000
Sewa Tempat		300,000
Transportasi (BBM)		150,000
Penyusutan aset		525,000
TOTAL BIAYA OPERASIONAL		2,400,000
Laba (Rugi) Usaha		(1,692,199)

Laporan laba rugi yang dibuat berdasarkan data penjualan dan biaya yang digunakan selama 3 (tiga) bulan usaha. Jumlah penjualan yang dihasilkan selama 3 (tiga) bulan ini sebesar Rp2,783,000 yang dikurangi dengan Harga Pokok Penjualan sebanyak Rp2,075,199. Hasil laba kotor yang diperoleh Rp707,801 yang masih dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional. Jumlah yang dihasilkan rugi sebesar Rp1,1692,199. Hal ini dikarenakan jumlah beban operasional yang dikeluarkan per bulannya lebih besar dibanding dengan penjualan yang dihasilkan.

3.5.2 Neraca Keuangan

Tabel 3.11 Neraca Keuangan

 NERACA KEUANGAN Periode April - Juli			
AKTIVA		PASIVA	
AKTIVA LANCAR		KEWAJIBAN	
	Rp		Rp
Kas	150,000	KEWAJIBAN LANCAR	
Bank	5,772,812	Hutang Usaha	-
Total Kas dan Bank	5,922,812	Total Kewajiban Lancar	-
Biaya Dibayar Dimuka			
Sewa dibayar dimuka	300,000		

Total Biaya Dibayar Dimuka	300,000		
TOTAL AKTIVA LANCAR	6,222,812	KEWAJIBAN TIDAK LANCAR	
AKTIVA TIDAK LANCAR		MODAL	
Aktiva Tetap		Modal Disetor	15,000,000
Peralatan Produksi	9,222,000	Laba Rugi Ditahan	(1,692,199)
Total Aktiva Tetap	9,222,000	Laba Rugi Berjalan	1,612,011
		TOTAL MODAL	14,919,812
Akumulasi Penyusutan			
Akm. Penyusutan Peralatan Produksi	525,000		
Total Akumulasi Penyusutan	525,000		
TOTAL AKTIVA TIDAK LANCAR	8,697,000		
TOTAL AKTIVA	14,919,812	TOTAL PASIVA	14,919,812

Laporan Neraca dibuat berdasarkan data pencatatan Buku Pembelian Harian. Laporan Neraca dibuat dengan menggabungkan 3 (tiga) bulan usaha April hingga Juli yang disesuaikan dengan Laporan Laba Rugi.

Tabel 3.12 Laporan Arus Kas

 Laporan Arus Kas Periode April - Juli			
Tanggal-Bulan	31-Mei-2024	30-Juni-2024	31-Juli-2024
Arus Kas	Rp	Rp	Rp
Laba (Rugi) Sebelum Pajak	(155,656)	(755,250)	(431,273)
Penyesuaian Laba (Rugi) bersih menjadi Kas bersih :			
Biaya Penyusutan	175,000	175,000	175,000
(Kenaikan) Penurunan Piutang Usaha	-	-	-
(Kenaikan) Penurunan Persediaan	-	-	-
(Kenaikan) Penurunan Biaya Dibayar Dimuka	(100,000)	(100,000)	(100,000)
Kenaikan (Penurunan) Hutang Pemilik	-	-	-
Kas Bersih diperoleh dari aktivitas operasi	(80,656)	(580,250)	(256,273)
Arus Kas dari aktivitas Investasi			
(Kenaikan) Penurunan Aktiva Tetap	(9,222,000)	-	-
Kenaikan (Penurunan) Kas	(9,302,656)	(580,250)	(256,273)

Laporan Arus Kas Periode April - Juli			
Tanggal-Bulan	31-Mei-2024	30-Juni-2024	31-Juli-2024
dan Bank			
Saldo Kas dan Bank Awal Tahun	15,000,000	5,697,344	5,117,094
SALDO KAS DAN BANK AWAL BULAN	5,697,344	5,117,094	4,860,821

Laporan Arus Kas ditulis berdasarkan masing-masing periode atau bulan. Arus kas menghasilkan data berupa saldo kas dan bank bersih yang dimiliki pada masing-masing akhir periode dengan menyesuaikan laba rugi, biaya penyusutan, adanya hutang atau piutang usaha.

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital

Pemanfaatan teknologi digunakan sebagai alat yang memudahkan proses berjalannya usaha seperti, *smartphone* yang digunakan Satu Selera untuk melakukan komunikasi dan mengelola akun media sosial. Laptop juga merupakan alat yang digunakan yang khususnya untuk membuat konten, desain dan pencatatan keuangan. Penggunaan aplikasi dan *website* pendukung juga digunakan untuk aktivitas operasional.

- a. *Google Sheets* : Catatan keuangan, pencatatan pembelian bahan baku, dan pencatatan stok barang.

- b. *Canva* : *Website* yang digunakan untuk membuat konten dalam bentuk foto, tulisan hingga video.
- c. *Inshot* : Aplikasi yang digunakan untuk melakukan edit video yang mudah digunakan melalui *smartphone*.

Selain aplikasi dan *website* yang digunakan untuk aktivitas operasional, Satu Selera juga memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran produk dan komunikasi. Media sosial menjadi tempat untuk Satu Selera membagikan konten berupa foto, video hingga tulisan berbagi cerita mengenai produk. Pada proposal bisnis Satu Selera merencanakan menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan *Instagram*, namun pada bulan kedua Satu Selera menambahkan pembuatan akun *Tiktok* yang digunakan sebagai media promosi tambahan. Konten yang dibagikan pada aplikasi *Tiktok* merupakan konten dalam bentuk video singkat. *Tiktok* dapat membuat video yang diunggah dapat masuk ke halaman utama (*for your page*) seseorang tanpa harus mengikuti akunnya terlebih dahulu.

BAB IV

Identifikasi dan Pemecahan Masalah

4.1 Identifikasi Masalah

Satu Selera melakukan evaluasi pada masing-masing aspek (pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan teknologi digital). Ditemukannya beberapa kendala yang muncul selama proses usaha yang mengalami perbedaan pada awal perencanaan bisnis.

4.1.1 Aspek Pemasaran

Pada perencanaan bisnis Satu Selera berencana untuk menyusun materi konten perbulan yang dapat diunggah ke akun media sosial. Pada bulan pertama telah dikumpulkan beberapa referensi dan ide konten yang ingin dibuat, tetapi karena banyaknya waktu yang dihabiskan untuk melakukan produksi konten yang direncanakan belum dapat dibuat dengan maksimal. Pada bulan kedua usaha Satu Selera tidak melanjutkan membuat ide konten seperti pada pada bulan pertama, menjadikan kurangnya konten yang dibagikan melalui *feeds Instagram*. Satu Selera lebih sering mengunggah konten singkat pada *Instagram story*. Pada bulan kedua ini Satu Selera kurang memanfaatkan waktu untuk membuat konten rutin.

4.1.2 Aspek Produksi

Terdapat percobaan perubahan takaran dalam proses masak kulit risoles untuk lebih tipis, hal ini dikarenakan Satu Selera mempertimbangkan *review* dari konsumen yang merasa kulit terlalu tebal. Satu Selera melakukan percobaan untuk mengurangi takaran adonan kulit yang dimasak untuk mendapatkan hasil yang lebih tipis. Kulit risoles yang dihasilkan mengalami ketidaksesuaian standar kualitas. Kulit yang tipis menjadikan risoles mudah sobek pada saat penggorengan. Hal ini menjadikan Satu Selera kembali menyesuaikan takaran dan harus dilakukan produksi lagi untuk memenuhi jumlah risoles yang ingin dibuat untuk menggantikan risoles yang sobek.

Banyaknya permintaan produk pada bulan pertama menjadikan durasi proses produksi membutuhkan waktu yang lebih banyak. Hal ini dikarenakan jumlah pesanan yang masuk melebihi kapasitas produksi yang telah ditentukan pada perencanaan bisnis. Terdapat konsumen yang melakukan pembelian diluar waktu *pre order* karena untuk keperluan acara. Sedangkan pada bulan kedua, permintaan produk mengalami penurunan. Dikarenakan permintaan yang masuk melebihi kapasitas produksi yang ditentukan, proses produksi yang hanya dilakukan sendiri membutuhkan tenaga dan waktu yang lebih banyak. Sedangkan pada saat adanya penurunan permintaan di bulan kedua, produksi dapat dilakukan seorang diri karena adanya selisih perbedaan permintaan antara bulan pertama dan kedua yang lebih sedikit.

4.1.3 Aspek Keuangan

Harga jual bentuk beku dan matang masih disamakan pada bulan pertama minggu pertama usaha. Hal ini dikarenakan Satu Selera salah dalam perhitungan beban operasional yang berbeda. Pada minggu kedua usaha Satu Selera telah melakukan percobaan kembali dalam perhitungan bahan baku produksi dan menentukan harga jual yang baru. Pada bulan kedua usaha terdapat penurunan permintaan dan mengalami kerugian, karena pendapatan tidak menutupi biaya operasional. Biaya operasional yang mencakup biaya tetap dan tenaga kerja lebih besar dibandingkan dengan pendapatan yang dihasilkan pada bulan kedua.

Kendala dalam penulisan catatan laporan keuangan juga dialami pada saat bulan ketiga usaha, karena pencatatan perhitungan laba rugi dan arus kas sejak bulan pertama secara detail baru dilakukan penulisan pada bulan ketiga. Dalam pencatatan pembelian terdapat beberapa hal yang tidak tertulis karena kurangnya ketelitian dan disiplin dalam penulisan.

4.2 Pemecahan Masalah

Setelah ditemukannya masalah pada beberapa aspek dan melakukan evaluasi untuk menemukan solusi dari masalah tersebut, berikut beberapa pemecahan masalah pada masing-masing aspek :

4.2.1 Aspek Pemasaran

Kurangnya perencanaan konten pemasaran mulai dari persiapan referensi hingga pembuatan konten, Satu Selera mulai mencoba membuat *list* dan *timeline* konten yang ingin dibuat. *List* perencanaan konten mulai dibuat dan dijalankan

pada bulan ketiga dengan menggunakan tabel. Tabel sederhana diisi dengan tanggal aktivitas, ide topik konten, tanggal *deadline*, dan keterangan terlaksana atau belum dilakukan. Satu Selera membuat daftar ide konten yang ingin dibuat terlebih dahulu, lalu dilakukan pembagian tanggal dilakukan beserta *deadline* nya.

Bulan : JUNI

Tanggal	Keterangan	Referensi/Ide	Deadline	Note
5 Juni	Take photo & video			Done -
11 Juni	Upload <i>Instagram story</i>	<i>Sharing</i> proses produksi		Upload -
20 Juni	Poster <i>open pre order</i> 2	Video singkat	24 Juni	Upload -
27 Juni	Cari referensi desain <i>banner</i>	Foto & detail komposisi produk	30 Juni	Done -
30 Juni	Desain <i>banner</i>			Done -

Bulan: JULI

Tanggal	Keterangan	Referensi/Ide	Deadline	Note
1 Juli	Menyusun <i>moodboard</i> konten		2 Juli	Done -
4 Juli	Foto produk	<i>Video singkat</i> <i>Stop Motion</i>	4 Juli	Done -
5 Juli	<i>Editing</i> video		8 Juli	Done -
10 Juli	<i>Upload video</i> (<i>Tiktok</i>)	<i>Stop motion</i>	10 Juli	Upload -
13 Juli	<i>Konten carousel</i> <i>Instagram feeds</i>	Topik keunikan produk	18 Juli	Upload -
22 Juli	<i>Moodboard</i> poster & <i>editing</i>	Poster promosi (ajakan pembelian)	24 Juli	Pending -
25 Juli	Referensi konten <i>carousel</i>		27 Juli	Pending -
30 Juli	<i>Konten carousel</i> <i>Instagram feeds</i>	<i>Sharing tips</i> produksi	31 Juli	Pending - Belum take foto & video

Gambar 4.1 *List dan timeline* perencanaan konten

Pembuatan *list* dan *timeline* ini membantu Satu Selera dalam mengingat konten apa yang harus dibuat, kapan harus selesai dan diunggah. Hal ini menjadikan Satu Selera membuat konten yang lebih teratur pada bulan ketiga, pada bulan ini juga Satu Selera membuat akun *Tiktok* sebagai media sosial tambahan.

4.2.2 Aspek Produksi

Adanya kendala dalam waktu proses produksi yang lebih lama jika mendapatkan pesanan yang melebihi kapasitas, menjadikan Satu Selera mempertimbangkan untuk melakukan penambahan tenaga kerja. Tenaga kerja tambahan dibutuhkan pada kondisi tertentu saja, dengan sistem pembayaran gaji berdasarkan *omset* selama satu bulan. Penambahan tenaga kerja ini pada bulan kedua belum dilakukan karena permintaan yang masuk jauh lebih sedikit dibandingkan bulan pertama. Sedangkan pada bulan ketiga usaha juga belum dilakukan karena masih dapat dikelola sendiri dengan rata-rata jumlah pemesanan sebanyak kapasitas produksi dalam satu bulan.

Kendala kulit risoles yang sobek menjadikan Satu Selera memperhatikan kembali dalam pembuatan dan prosedur penyimpanan kulit agar tidak mudah kering dan sobek. Pada proses produksi Satu Selera telah menentukan penggunaan ukuran centong dan *teflon* untuk mendapatkan hasil kulit yang standar. Penggunaan alat yang sesuai menjadikan hasil kulit risoles tidak mengalami

perubahan bentuk seperti, terlalu tipis atau tebal. Kulit yang telah dimasak disimpan diatas piring yang langsung ditutup oleh kain untuk menjaga kelembaban dan tidak menjadikan kulit menjadi mudah sobek.

4.2.3 Aspek Keuangan

Satu Selera melakukan perhitungan untuk masing-masing risoles dengan mempertimbangkan kembali biaya bahan baku dan bahan tambahan pada masing-masing bentuk. Risoles beku terdapat penambahan saus sambal saset, sedangkan risoles siap makan menambahkan biaya gas, minyak, dan saus sambal saset. Harga yang ditentukan sebesar Rp40,000 untuk risoles beku dan Rp45,000 untuk risoles siap makan. Pencatatan keuangan pada bulan pertama dan kedua dilakukan pada akhir bulan ketiga. Pencatatan jumlah pesanan dan pembelian sudah tercatat sejak bulan pertama, namun belum menggunakan format akuntansi laporan keuangan. Mencoba untuk mempelajari kembali dan membuat laporan keuangan yang detail dan rapi. Format laporan keuangan dapat digunakan untuk seterusnya dengan mengubah nominal/angka nya.

BAB V

Kesimpulan dan Tindak Lanjut

5.1 Kesimpulan

Bisnis yang dijalani selama kurang lebih 3 (tiga) bulan ini memberikan banyak pembelajaran terutama dalam pembelajaran praktikal. Dalam perencanaan bisnis ditentukan banyak sekali tujuan yang ingin dicapai dari masing-masing aspek, namun pada saat mengimplementasikannya terdapat hal-hal yang sesuai dan tidak sesuai apa yang direncanakan. Pada masing-masing aspek ditemukan hal yang menjadi pembelajaran yang mudah sampai hal yang sulit untuk dijalankan dan diselesaikan. Satu Selera mengalami naik dan turun dari segi penjualan, pemasaran hingga tenaga yang digunakan dalam menjalankan bisnis.

Permasalahan yang dihadapi Satu Selera menghasilkan berbagai solusi untuk bagaimana cara yang lebih baik untuk dilakukan, cara yang dilakukan apakah dapat memberikan pengaruh yang lebih baik atau tidak. Penyelesaian masalah pemasaran dan produksi yang telah disampaikan, memberikan pertimbangan dan hasil yang membantu dalam melanjutkan usaha pada bulan berikutnya untuk lebih baik.

5.2 Tindak Lanjut

Rencana untuk kedepannya Satu Selera ingin dapat dilanjutkan dengan mempertimbangkan kendala yang dihadapi dan menjalankan solusi yang telah dilakukan. Satu Selera berharap dapat melanjutkan usaha dengan menawarkan lebih banyak pilihan produk yang sejenis seperti yang telah ditawarkan saat ini. Meskipun mengadaptasi resep atau jenis makanan yang sudah ada, Satu Selera ingin menghadirkan komposisi dan resep racikan yang membedakan dari yang sudah ada. Rencana jangka panjang yang Satu Selera harapkan yaitu dapat membuka toko camilan secara *offline* yang lebih dapat menarik konsumen dan membuka lapangan kerja bagi banyak orang. Satu Selera juga berharap dapat menghasilkan produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Penyedia Makan Minum 2022* (Vol. 6).

Badan Pusat Statistik.

The Healthy Belly (2023), *Sejarah Panjang Risoles di Indonesia : Salah Satu Makanan Peninggalan Belanda pada Masa Penjajahan*, diperoleh pada 10 Maret

2024 di

https://www.thehealthybelly.co/lifestyle/culture/sejarah-panjang-risoles-di-indonesia-salah-satu-makanan-peninggalan-belanda-pada-masa-penjajahan/#google_vignette

Lampiran

Lampiran 1 : Catatan Aktivitas Bisnis

 CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
25 Apr	Siang	Membuat poster <i>open pre order</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Membuat <i>linktree</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Membuat poster info menu dan	Tidak terjadi kendala atau	Karena belum ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
		harga	masalah	masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	
		Upload konten	Foto produk masih terbatas	Konten <i>awareness</i> berisi gambar dan tulisan yang menandakan produk akan mulai hadir	Manajer
26 Apr	Pagi	Membuat poster <i>open pre order</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Membuat <i>linktree</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Membuat poster info menu dan harga	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		<i>Upload</i> konten	Foto produk masih terbatas	Konten <i>awareness</i> berisi gambar dan tulisan	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
				yang menandakan produk akan mulai hadir	
	Siang	Share poster <i>open pre order</i> (<i>Whatsapp,Instagram</i>)	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		<i>Open pre order</i>	<i>Awareness</i> kalangan ibu-ibu	Share story di <i>whatsapp</i> pribadi orang tua	Manajer
27 Apr	Pagi	Mulai produksi	Kecukupan bahan	Belanja bahan baku	Manajer
	Siang	<i>Delivery</i> produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Belanja bahan baku untuk pesanan selanjutnya	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
28 Apr	Pagi	Produksi	Beberapa bahan habis	Belanja bahan	Manajer
		Belanja kekurangan bahan	Tidak terjadi kendala atau	Karena belum ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
		& packaging	masalah	masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	
29 Apr	Pagi	Produksi	Jumlah permintaan yang banyak	Membutuhkan waktu yang lebih lama dalam produksi, dicicil di hari sebelumnya.	Manajer
	Siang	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
30 Apr	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
3 Mei	Siang	Tes perubahan resep adonan dan saus	<i>Review</i> kulit terlalu tebal	- Coba kurangi saat masak kulitnya biar lebih tipis. - 1 resep 10 pcs	Manajer
4 Mei	Malam	Revisi perhitungan biaya bahan baku & harga	- Hasil 1 resep kulit risol jadi lebih banyak	- Perhitungan HPP dan harga jual dihitung	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
			- Harga risol frozen dan siap makan masih disamakan - Tambahan biaya saos sambal sachet	ulang	
5 Mei	Pagi	Post poster <i>open pre order</i> (Instagram & Whatsapp)	Belum bisa menjangkau target konsumen (ibu-ibu) yang dituju yang lebih luas	- Mencoba follow sosial media teman dari target konsumen yang dituju untuk menciptakan <i>awareness</i> - Membuat konten interaktif untuk story instagram	Manajer
	Siang	- Membuat list stok barang (nama barang & jumlah) - Membuat arus kas - Membuat laporan pengeluaran/pembelian barang	- Terdapat nota pembelian bahan yang hilang (nominal pembelian lupa)	- Nota di foto untuk simpanan jika nota fisik hilang -	Manajer
6 Mei	Pagi	- Update dan cek stok bahan	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendal	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
		- Belanja kekurangan bahan - Rekap pembelian - Rekap jumlah orderan		a tidak ada solusi yang dibuat	
7 Mei	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
8 Mei		Belanja bahan Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
11 Mei		Upload Poster Open Po	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
13 Mei		Belanja bahan baku dan packaging	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Pembuatan konten untuk <i>feeds</i> instagram	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
				a tidak ada solusi yang dibuat	
14 Mei		Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Upload Konten <i>feeds</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
15 Mei	Siang	- Belanja bahan - Upload konten interaktif <i>instagram story</i>	Materi konten untuk <i>instagram story</i> masih kurang		Manajer
	Malam	Update dan cek stok bahan	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
17 Mei		Belanja	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
18 Mei		- Produksi	Tidak terjadi	Karena belum	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 1 : April - Mei					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
		(pesanan langsung) - Konten feeds	kendala atau masalah	ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	
20 Mei		Produksi lanjutan	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
21 Mei		Produksi lanjutan	Terdapat produk yang sobek	Membuat adonan untuk mengganti produk yang tidak sesuai standar	Manajer
		Belanja	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
30 Mei		Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer

 CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 2 : Juni					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
4 Juni	Pagi	Open PO	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Foto & video produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
6 Juni	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
11 Juni		Belanja bahan baku	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Upload konten	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala	

 CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 2 : Juni					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
				a tidak ada solusi yang dibuat	
20 Juni		Open PO	Tidak ada yang pesan	Evaluasi strategi pemasaran	Manajer
24 Juni		Open PO	Belum bisa menjangkau target konsumen yang lebih luas	Evaluasi strategi pemasaran (Mengikuti akun perkumpulan, mengikuti akun pribadi orang yang aktif di suatu majelis)	Manajer
	Siang	Membuat akun <i>Tiktok</i>	Belum memiliki konten khusus	Mengunggah konten yang sudah ada	Manajer
	Malam	Upload konten <i>Tiktok</i>	Belum memiliki konten baru	Mengunggah konten yang sudah ada di <i>Instagram</i>	Manajer
25 Juni		Produksi	Bahan baku yang dibeli sedikit namun, ada satu bahan yang memiliki harga yang tidak sebanding dengan pesanan yang masuk	Mempertimbangkan untuk bermitra dengan rumah makan	Manajer

 CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 2 : Juni					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
27 Juni	Pagi	Cari referensi desain <i>banner</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
30 Juni	Pagi	Desain <i>banner</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 3 : Juli					
Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1 Juli	Siang	Menyusun <i>moodboard</i> ide konten Juli	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
2 Juli	Siang	Print <i>banner</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 3 : Juli					
				solusi yang dibuat	
4 Juli	Pagi	Foto produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
5 Juli	Malam	Pembuatan konten video <i>stop motion</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
10 Juli		Upload konten Tiktok	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Penambahan <i>linktree</i> di bio <i>Tiktok</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
12 Juli	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
	Siang	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 3 : Juli					
				solusi yang dibuat	
		Distribusi produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
13 Juli	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Konten <i>carousel</i> Instagram	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
		Cek stok barang	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
	Sore	Distribusi produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
15 Juli	Pagi	Pembelian bahan baku	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 3 : Juli					
				solusi yang dibuat	
18 Juli	Malam	<i>Upload</i> konten <i>carousel Instagram</i>	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
22 Juli	Pagi	Cek stok bahan	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
23 Juli	Pagi	Pembelian kekurangan bahan baku	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
	Siang	Distribusi produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
27 Juli	Pagi	Produksi	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada	Manajer

CATATAN AKTIVITAS BISNIS Bulan ke 3 : Juli					
				solusi yang dibuat	
	Siang	Distribusi Produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer
28 Juli	Pagi	Distribusi Produk	Tidak terjadi kendala atau masalah	Karena belum ada masalah/kendala tidak ada solusi yang dibuat	Manajer

Lampiran 2:
Foto Produk



lap.keu ☆ 📁 🗑️

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

🔍 ↶ ↷ 🖨️ 📄 100% 📶 \$ % .0 .00 123 Default... - 10 + B I 🔍 A 🔄 📊 📋 📌

13 📄 🗑️

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	PENCATATAN PEMBELIAN HARIAN								
2	Bulan : APRIL								
3									
4	Tanggal	Keterangan	Jumlah	Debit	Kredit	NOTE	SALDO AKHIR		
5	24/04	Label stiker	28 pcs		Rp35,000				
6	27/04	Thinwall 1000ml	5		Rp9,250				
7		Snack box L	1		Rp1,250				
8		Maestro Mustard 1kg	1		Rp62,000				
9		Tepung panir 500gr	5		Rp47,500				
10		Tepung segitiga biru	1		Rp13,000				
11		Maestro mayonnaise	3		Rp93,000				
12		Susu	3		Rp55,000				
13		Delmonte sambal saset	1		Rp8,000				
14		Snack box 22x22	2		Rp2,600				
15		Tepung segitiga biru	1		Rp12,500				
16		Delmonte sambal saset	1		Rp7,000				
17		Paper bag	1		Rp1,800				
18		Minyak Sunco 2 liter	1		Rp38,000				
19									
20	28/04	Thinwall 1000ml	5		Rp9,250				

+ ☰ Masuk/Pesanan ▾ Pembelian ▾ JURNAL KAS HARIAN ▾ NERACA ▾ LABA RUGI ▾ LAP ARUS KAS ▾