Pembukaan Cabang Baru Warung Soto Seger Mbok Giyem

Dengan Pendekatan Marketing Mix

Praktik Bisnis S-2

Diajukan Oleh

Rico Ryan Rahmawan

19311039

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

Pembukaan Cabang Baru Warung Soto Seger Mbok Giyem dengan Pendekatan Marketing Mix

Tugas Akhir Praktik Bisnis S-2

Program Magister Manajemen

Diajukan Oleh

Rico Ryan Rahmawan

19311039

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesaijanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Rico Ryan Rahmawan

BERITA ACARA UJIAN

TUGAS AKHIR PRAKTIK BISNIS

Pada hari Senin, 13 Agustus 2018, Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tugas akhir yang disusun oleh :

RICO RYAN RAHMAWAN

No. MHS. : 13911039

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan Judul:

PEMBUKAAN CABANG BARU WARUNG SOTO SEGER MBOK GIYEM DENGAN PENDEKATAN MARKETING MIX

Berdasarkan penilaian yang diberikanoleh Tim Penguji,

maka tugas akhir tersebut dinyatakan LULUS

Pembimbing	Drs. Al Hasin, MBA.	
Pembimbing	Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D.	
Penguji	Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Se., SAS.	

Mengetahui

Program Pascasarjana

Direktur Pt

Dr. Jaenal Mustafa EQ., MM.

HALAMAN PENGESAHAN

Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing	Dosen Pembimbing
Drs. Al Hasin, MBA.	Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik bisnis yang berjudul “Pembukaan Cabang Baru Warung Soto Seger Mbok Giyem dengan Pendekatan Marketing Mix”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penyelesaian laporan praktik bisnis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Istri tercinta, Selvia Nurindah Sari, S.E., M.Acc., Ak atas perhatian, semangat, doa, dan kasih sayang kepada penulis.
2. Kedua orang tua tersayang bapak H. Gunarso dan ibu Hj. Suyani yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti kepada penulis.
3. Bapak Drs. Al Hasin., MBA dan Drs. Asmai ishak., M.Bus., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, bantuan dan semangat kepada penulis.
4. Abah dan mama mertua. Abah Drs. H. Thalmi Hasani., Msi dan mama Hj. Nina Firus atas doa dan dukungan kepada penulis.
5. Adik-adikku Firdausi ulul azmi, Gozali Nur Sihab, Muhammad Nur Rozaq atas semangat yang telah diberikan.

6. Seluruh dosen-dosen di Magister Management Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
7. Segenap staf dan karyawan di Magister Management Unversitas Islam Indonesia yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman satu angkatan 41 yang telah banyak membantu kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis.

Akir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan laporan praktik bisnis ini masih jauh dari sempurna dan untuk itu penulis memohon maaf sebesar-besarnya. Semoga penulisan laporan praktik bisnis ini berguna bagi semua pihak. Amin

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Rico Ryan Rahmawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii

BERITA ACARA UJIAN iv

HALAMAN PENGESAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Pokok Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Sistematika Laporan 5

1.5 Rentang Waktu Pelaksanaan 7

BAB II PROFIL DAN KINERJA BISNIS

2.1 Profil Perusahaan 8

2.2 Aspek Organisasi dan Management 9

2.2.1 Organisasi dan Management 9

2.2.2 Struktur Organisasi 10

2.3 Aspek Pemasaran 11

2.3.1 *Market Potential* 12

2.3.2 *Market Share* 13

2.3.3 STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning)* *13*

2.3.4 Marketing Mix (*Place, Product, Promotion, Price*) 17

2.4 Aspek Operasi 23

2.4.1 Produk dan Jasa 24

2.4.2 Gambaran Produk 24

2.4.3 Biaya Operasi 25

2.4.4 Lokasi Usaha 28

2.5 Aspek SDM 29

2.5.1 Job deskripsi 29

2.5.2 Analisa Kebutuhan SDM 30

2.5.3 Sistem Pembayaran Upah dan Gaji Karyawan 30

2.5.4 Kesejahteraan Karyawan 31

2.5.5 Pembinaan Etos Kerja 31

2.6 Aspek Keuangan 32

2.6.1 Perencanaan Keuangan 32

BAB III PERENCANAAN DAN REALISASI

3.1 Aspek Pemasaran 34

3.1.1 *Marketing Mix* 35

3.1.2 Realisasi Pemasaran 37

3.1.3 Perbandingan Rencana dan Realisasi 38

3.2 Aspek Operasi 43

3.2.1 Perencanaan Aspek Operasi dan Produksi 43

3.2.2 Alur Kegiatan Operasi 44

3.2.3 Alur Kegiatan Produksi 45
3.2.4 Realisasi Aspek Operasi dan Produksi 45
3.2.5 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi 46
3.3 Aspek SDM 48
3.3.1 Perencanaan Sumber Daya Manusia 48
3.3.2 Bagan dan Struktur Organisasi..... 49
3.3.3 Proses Rekrutmen..... 49
3.3.4 Sistem Gaji Karyawan 52
3.3.5 Job Deskripsi..... 53
3.3.6 Realisasi SDM.....54
3.3.7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi 55
3.4 Aspek Keuangan 57
3.4.1 Struktur Modal 57
3.4.2 Penggunaan Modal 58
3.4.3 Laporan Laba Rugi 58
3.4.4 Analisa Keuangan..... 60
3.4.5 Analisa Dampak Resiko..... 61
3.4.6 Realisasi Keuangan 62
3.4.7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi 63
BAB IV PENUTUP
4.1 Kesimpulan..... 65
4.2 Saran..... 68
DAFTAR PUSTAKA 70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Gambaran Management 10
Tabel 2.2 Produk Usaha 25
Tabel 2.3 Investasi Dinning Area 25
Tabel 2.4 Investasi Administrasi 26
Tabel 2.5 Investasi Peralatan Dapur 26
Tabel 2.6 Persediaan Bahan Baku 27
Tabel 2.7 Biaya Perlengkapan Persediaan 28
Tabel 2.8 Proyeksi Laporan Keuangan 5 Tahun 33
Tabel 3.1 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Pemasaran 39
Tabel 3.2 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Operasional 46
Tabel 3.3 Sistem Gaji 53
Tabel 3.4 Job Deskripsi Karyawan 53
Tabel 3.5 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi SDM 56
Tabel 3.6 Rincian Penggunaan Modal 58
Tabel 3.7 Laba Rugi Selama Bulan Agustus-Desember 59
Tabel 3.8 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Keuangan 62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strutur Organisasi 11

Gambar 2.2 Produk Soto daging..... 18

Gambar 2.3 Makanan Pendamping..... 19

Gambar 2.4 Suasana di Soto Segeer Mbok Giyem Kendal..... 20

Gambar 2.5 Lokasi Soto Segeer Mbok Giyem di Google Map 20

Gambar 2.6 Ukuran Mangkok 23

Gambar 3.1 Aur Kegiatan Operasional..... 44

Gambar 3.2 Struktur Organisasi 49

PEMBUKAAN CABANG BARU WARUNG SOTO SEGEER MBOK GIYEM DENGAN PENDEKATAN MARKETING MIX

RICO RYAN RAHMAWAN

Abstrak

Soto Seger mbok giyem membuka kesempatan untuk menjalin kerjasama dalam bentuk *franchise*. Peluang ini digunakan untuk *franchise* soto Seger mbok giyem di kabupaten Tegal. Kesuksesan *franchise* soto Seger mbok giyem di Tegal, membuat penulis ingin membuka cabang baru untuk *franchise* soto Seger mbok giyem di Kendal yang masih memiliki potensi bisnis di bidang kuliner. Penulisan ini bertujuan untuk melihat kelayakan usaha "Soto Seger Mbok Giyem" dengan menggunakan pendekatan *marketing mix* untuk cabang di Kabupaten Kendal berdasarkan pada penilaian kelayakan usaha pada aspek Operasi, aspek Pemasaran, aspek SDM dan aspek Keuangan serta menggunakan serangkaian pada unsur-unsur *marketing mix*. Melihat dari aspek keuangan kelayakan usaha Soto Seger Mbok Giyem sangat baik. Laporan Rugi laba selama proses pelaksanaan bisnis dalam kurun waktu kurang lebih 5 bulan sejak bulan Agustus hingga Desember 2016 mengalami kenaikan pendapatan rata-rata 5% dari tiap bulan kebulan berikutnya. Dari aspek operasional mengalami kendala pada saat implementasinya yaitu naik turunnya harga bahan baku produksi yang dapat mengganggu arus kas. Dari aspek SDM saat implementasi bisnis terjadi *turn over* pegawai yang meyebabkan kegiatan operasional tergganggu. Dari aspek pemasaran sudah menerapkan sesuai unsur-unsur pada *marketing mix*.

Kata kunci: seminar, nasional, franchise, bisnis, Bauran Pemasaran.

OPENING OF THE NEW BRANCH WARUNG SOTO SEGER MBOK GIYEM WITH MARKETING MIX

RICO RYAN RAHMAWAN

Abstract

Soto Seger mbok giyem opens the opportunity to establish a partnership in the form of a franchise. This opportunity is used for the Seger mbok giyem soto franchise in Tegal regency. The success of Seger mbok giyem soto franchise in Tegal, makes the writer want to open a new branch for the Seger mbok giyem soto franchise in Kendal which still has business potential in the culinary field. This writing aims to see the business feasibility of "Soto Seger Mbok Giyem" by using a marketing mix approach for branches in Kendal Regency based on the assessment of business feasibility in the aspects of Operations, Marketing aspects, SDM aspects and Financial aspects and using a series of marketing mix elements. Looking at the financial aspects of the business feasibility of Soto Seger Mbok Giyem is very good. Profit and loss statements during the business implementation process within a period of approximately 5 months from August to December 2016 experienced an average income increase of 5% from each month following the month. From the operational aspect, there are obstacles during the implementation, namely the rise and fall of the prices of production raw materials that can disrupt cash flow. From the HR aspect during business implementation there is a turn over of employees that causes operational activities to be interrupted. From the marketing aspect, it has applied according to the elements in the marketing mix.

Keywords: seminar, national, frainchise, business, Marketing Mix.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globasasi saat ini, perekonomian di Indonesia semakin meningkat, khususnya dalam perkembangan bisnis saat ini. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap sandang, pangan dan papan memberikan peluang besar terhadap para pelaku bisnis baru. Bagi para pelaku bisnis baru *franchise* atau waralaba merupakan salah satu cara untuk memulai usaha baru dan belajar mengembangkan usaha tersebut. Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia waralaba adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana sang pemilik memberikan haknya kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan nama, merk, sistem, prosedur, manajemen dan cara-cara yang sudah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu dan meliputi area tertentu.

Bisnis di bidang kuliner merupakan salah satu yang paling banyak di minati, hal ini karena tingginya minat masyarakat terhadap daya beli makanan ditambah dengan keragaman aneka kuliner di Indonesia. Soto merupakan salah satu makanan di Indonesia yang hampir di setiap daerah ada, namun setiap daerah memiliki citra rasa soto yang berbeda-beda. Di Jawa tengah tepatnya Boyolali terdapat warung soto yang terkenal yaitu “Soto Seger Mbok Giyem” yang sudah berdiri kurang lebih 15 tahun dan memiliki pelanggan setia yang tidak sedikit. Kelebihan dari soto Seger mbok giyem ini dikarenakan memiliki kuah yang sangat khas, menggunakan daging dan ayam kampung pilihan, memiliki banyak

pilihan makanan pendaping, dan harganya yang sangat terjangkau untuk semua kalangan. Pelanggan setia soto Seger mbok giyem ini tidak hanya di boyolali namun juga sampai kota solo, kabupaten klaten dan sekitaran jawa tengah lainnya. Hal ini di buktikan dengan adanya cabang atau franchise soto Seger mbok giyem di kota tersebut yang memiliki banyak pelanggan setia. Nama besar dari soto Seger mbok giyem memang menjadi daya pikat utama konsumen di daerah manapun.

Kendal merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Kabupaten Kendal berada pada 25 km di sebelah barat kota Semarang. Di Kendal belum terdapat banyak aneka ragam kuliner, padahal Kendal merupakan daerah yang ramai di lewati pengendara karena memiliki jalan pantura yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Dengan kata lain sebenarnya Kabupaten Kendal memiliki potensi bisnis di bidang kuliner.

Melihat besarnya peluang bisnis di bidang kuliner, serta adanya kesempatan dari soto Seger mbok giyem untuk menjalin kerjasama dalam bentuk *franchise* maka terbuka lebar jalan untuk memulai bisnis kuliner. Peluang ini digunakan oleh peneliti untuk *franchise* soto Seger mbok giyem di kabuapten Tegal. Melihat kesuksesan *franchise* soto Seger mbok giyem di Tegal, peneliti akan membuka cabang baru untuk *franchise* soto Seger mbok giyem di Kendal yang masih memiliki potensi bisnis di bidang kuliner.

Agar mendapatkan hasil yang maksimal maka diperlukan adanya perencanaan yang baik dan matang dari usaha yang telah dijalankan. Perencanaan

yang baik mengikuti aspek-apsek pada penilaian kelayakan usaha seperti aspek operasi, aspek pemasaran, aspek SDM dan aspek keuangan. Hal ini diperlukan untuk dijadikan kekuatan dalam berkompetisi dengan jenis usaha kuliner lainnya. Selain itu pula diperlukan juga unsur-unsur pada marketing mix untuk dapat mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam target pemasaran. Unsur-unsur pada marketing mix dikenal dengan 4 P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).

Menurut *Hise (dalam Swastha, 1987:6), marketing mix* adalah kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode tertentu kepada pasar rertentu. Sedangkan menurut *Kotler (1996:93)* definisi *marketing mix* adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2009) dengan judul "Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap tingkat permintaan efektif konsumen di wisata kuliner Langen Bogan Surakarta" menyatakan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) antara lain, harga, tempat, produk, saluran distribusi dan promosi kesatuan yang menunjang kelancaran proses pemasaran suatu produk. Selain itu, penelitian yang dilakukan olehrachmawati dalam Jurnal teknik (2011) yang berjudul Pernanan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran) menyimpulkan bahwa untuk mampu menciptakan loyalitas pelanggan, para pengusaha perlu memiliki sebuah strategi pemasaran yang jitu dalam

memasarakan produknya. Salah satu bentuk stratei pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk makanan untuk menciptakan loyalitas pelanggan adalah penggunaan strategi pemasaran (marketing mix) yang meliputi product, place, dan promotion, physical evidence atau place. Jika konsumen mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dijual maka mereka akan loyal. Jika terwujud loyalitas pelanggan maka akan berimbas terhadap peningkatan penjualan.

Oleh karena itu maka penulisan ini bertujuan untuk melihat kelayakan usaha "Soto Seger Mbok Giyem" dengan menggunakan pendekatan marketing mix untuk cabang di kabupaten Kendal berdasarkan pada penilaian kelayakan usaha pada aspek Operasi, aspek Pemasaran, aspek SDM dan aspek Keuangan serta menggunakan serangkaian pada unsur-unsur marketing mix.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan dari perencanaan bisnis dalam pembangunan "Soto Seger Mbok Giyem" cabang Kendal dapat dirumusakan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan rencana pembukaan cabang usaha "Soto Seger Mbok Giyem" di Kendal dilihat dari aspek Pemasaran, Operasi, SDM, Keuangan?
2. Bagaimana pelaksanaan rencana pembukaan cabang usaha "Soto Seger Mbok Giyem" di Kendal dilihat dari aspek Marketing Mix ?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam pembangunan bisnis ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses pelaksanaan usaha "Soto Seger Mbok Giyem" cabang Kedal dilihat dari aspek Pemasaran, Operasi, SDM, Keuangan.
2. Untuk mengetahui proses pelaksanaan usaha "Soto Seger Mbok Giyem" cabang Kendal dari aspek Marketing Mix

1.4 Sistematika Laporan

1. BAB I

   PENDAHULUAN

   Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang berdirinya usaha dan alasan memilih usaha, tujuan penelitian, sistematika laporan dan rentang waktu pelaksanaan usaha.

2. BAB II

   PROFIL BISNIS

   Bab II berisi tentang gambaran umum perusahaan yang didalamnya berisikan tentang sejarah berdirinya usaha, lokasi usaha, kepemilikan, analisa produk, organisasi. Aspek sumber daya manusia menjelaskan tentang perencanaan SDM, kebutuhan SDM, analisa Jobdeskripsi pekerjaan, sistem gaji. Aspek keuangan bisnis akan menjelaskan tentang kinerja perusahaan ditinjau dari pertumbuhan penjualan dan laba yang diperoleh pada saat realisasi bisnis. Sedangkan aspek pemasaran

menjelaskan tentang market share dan potensi pasar, STP dan strategi pemasaran dengan menggunakan metode marketing mix.

3. BAB III

   PERENCANAAN DAN REALISASI

   Menjelaskan tentang analisis bisnis secara umum dan analisis keputusan keuangan terkait dengan bisnis yang dijalankan. Didalamnya akan dibahas tentang sebab serta dampak adanya perbedaan perencanaan dan realisasi dari masing-masing aspek saat pelaksanaan bisnis dilapangan, meliputi aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek operasional dan produksi, serta aspek keuangan. Sedangkan analisis keputusan didukung oleh teori yang relevan pada masing-masing aspek untuk merumuskan strategi yang sesuai.

4. BAB IV

   KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

   Menjelaskan ringkasan keputusan penting dalam bidang manajemen yang telah dilakukan, apa dampak dari keputusan tersebut dan kecocokannya dengan konsep yang ada. Kemudian menjelaskan tentang pembelajaran dari masing-masing aspek bisnis terkait apa yang bisa didapat, praktek apa yang bisa ditiru serta praktek yang perlu dihindari yang dapat dijadikan saran bagi pelaku atau calon pelaku bisnis terutama dalam aspek pemasaran.

1.5 Rentang Waktu Pelaksanaan

Proposal pengembangan ini kami susun pada bulan Juni 2016 yang pelaporan pelaksanaannya akan ditulis berdasarkan periode pelaporan bulan Agustus 2016 – Desember 2016.

BAB II

PROFIL DAN KINERJA BISNIS

2.1 Profil Perusahaan

Soto Seger “Mbok Giyem” Boyolali adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner atau makanan yang saat ini masih mendominasi pasar usaha bisnis. Usaha Soto Seger merupakan usaha kuliner yang masih menjujung tinggi bahan rempah-rempah yang asli dari Indonesia dan sebagai cita rasa dari kuliner tradisional khusunya untuk Kota Boyolali. Usaha Soto Seger “Mbok Giyem” pertama kali dirintis oleh Ibu Giyem yang awalnya hanya sebagai soto rumahan sehingga sampai saat ini telah berpindah tangan kepada anak-anak dari Ibu giyem.

Saat ini Soto Seger “Mbok Giyem” memiliki visi dan misi sebagai landasan untuk kemajuan bisnis usaha dibidang kuliner. Hal ini untuk dapat memotivasi Manajemen Operasional dalam mengelola usaha kuliner ini. Adapun Visi dari Soto Seger “Mbok Giyem”, yaitu:

- Menjadi bisnis usaha kuliner atau makanan yang melegenda hingga jangkauan Indonesia khususnya dengan mengedepankan resep asli.
- Menjadi usaha rumah makan yang jangka panjang dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan.
- Menjadi bisnis yang terus berkembang dan bersaing

Misi dari Soto Seger “Mbok Giyem” yaitu:

- Menjadi mitra pelanggan yang paling dapat diandalkan dalam menyajikan makanan soto sekaligus menjadi usaha yang dapat

dipercaya dalam memberikan kepuasan pelanggan khususnya dalam kuliner makanan khas boyolali

- Meningkatkan kinerja para karyawan secara berkesinambungan dalam lingkungan kerja yang semakin kondusif, sekaligus membantu mereka mencapai kesejahteraan;
- Menghadirkan kebanggaan tersendiri melalui kontribusi nyata bagi kesejahteraan umum, masyarakat dan bangsa
- Makanan olahan soto yang beda dengan pesaingnya
- Dari bahan berkualitas dan terjamin Seger dan halal
- Karyawan adalah aset penting Perusahaan
- Membangun hubungan Karyawan dan Konsumen
- Melayani dengan etika yang baik
- Kepuasan konsumen penghargaan tertinggi kami
- Terus berinovasi dengan resep yang ada

Melihat visi dan misi serta kemajuan dari soto seger mbok giyem dari waktu ke waktu yang semakin baik, maka untuk memperbesar usaha diperlukan untuk membuka cabang baru di daerah yang berbeda. Hal ini diharapkan mampu menambah penikmat dari soto seger mbok giyem dan mampu membuat soto seger mbok giyem bertahan di masyarakat.

2.2 Aspek Organisasi dan Management

2.2.1 Organisasi dan Managemen

Fungsi dari manajemen dan organisasi proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan, didesain

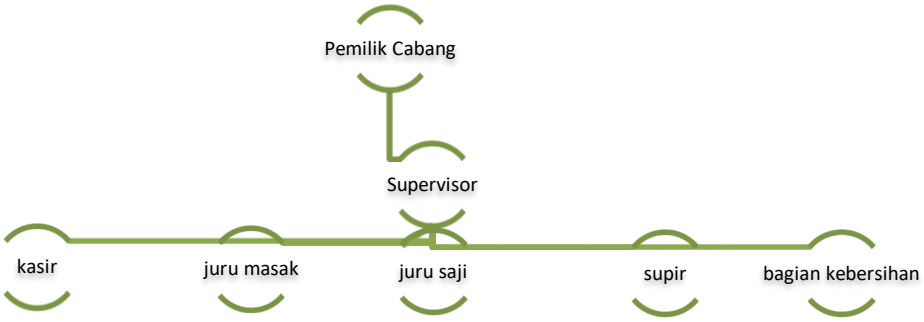
dalam sebuah struktur organisasi yang tepat agar terwujudnya lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi, berikut table organisai dan manajemen:

Nama Perusahaan	Soto Segar "Mbok Giyem" Boyolali
Bidang Usaha	Usaha Kuliner
Jenis Produk	Makanan
Alamat Perusahaan	Jalan Pemuda No 9 Kendal Jawa Tengah
Nomor telepon	85720226510
Alamat email	ricoryanr@yahoo.com
Pendidikan	Sarjana
Jabatan	Owner

Tabel 2.1 Gambaran Management

2.2.2 Struktur Organisasi

Soto Seger Mbok Giyem dipimpin langsung oleh owner, selain itu pemilik cabang juga menangani langsung untuk bagian keuangan. Karyawan yang ada di soto Seger mbok giyem berjumlah 9 orang yang terdiri dari 1 orang kasir, 2 orang juru masak, 4 orang pelayan, 1 orang supir dan 1 orang cuci.



2.1 Struktur Organisasi

2.3 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses interkasi secara sosial dan manajerial, individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sEsuatu yang bernilai satu sama lain dan dengan proses interaksi dan pertukaran nilai inilah begitu banyak produk yang ditemuai sehari-hari. Pada dasarnya setiap perusahaan atau badan usaha menganut satu konsep atau filosofi yang diyakini oleh badan usaha tersebut dalam menjalankan setiap kegiatan pelayanan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2006) salah satu cara utama untuk membedakan layanan adalah untuk mmeberikan laynana berkualitas secara konsisten lebih tinggi dari pesaing dan kuncinya adalah untuk memenuhi atau melampui harapan pelanggan target layanan berkualitas. Permintaan para tamu berdasarkan dari pengalaman masa lalu mereka, dari mulut ke mulut dan iklan layanan perusahaan. Jika pelayanan yang

dirasakan memenuhi atau melebihi dari harapan mereka, mereka akan bersedia untuk menggunakan pelayanna lagi baik untuk jasa maupun menikmati produk yang dijual.

Aspek pemasaran merupakan salah satu aspek yang berkenaan mengenai kondisi pasar. Mengenai aspek ini ada 3 hal yang perlu dibahas,yaitu :

2.3.1 Market potensial (potensi pasar)

Potensi pasar usaha ini masih sangat terbuka mengingat banyaknya penggemar Soto dan lokasi tempat yang sangat strategis. Soto seger mbok giyem ini berlokasi di JL.Pemuda no 9 Kendal Timur, daerah ini memiliki akses yang dekat dengan Polres Kendal, kantor pemerintahan Kendal, kantor swasta, Bank, gereja dan pasar. sehingga bisa dikatakan bahwa lokasi ini memiliki tingkat keramaian yang tinggi dan memiliki potensi yang besar.

Soto seger mbok giyem cabang Kendal ini memang berada di tempat yang strategis namun juga memiliki pesaing. Pesaing utama dari soto seger mbok giyem cabang Kendal ini yaitu soto sedep boyolali karena hanya berjarak 500 meter dekatnya. Selain soto sedep boyolali ada beberapa pesaing serupa lainnya yaitu soto pak no semarang dan soto echo.

Meskipun memiliki pesaing namun usaha ini masih sangat menggiurkan mengingat rasa dan kelezatan nya tidak kalah dengan para pesaingnya tersebut. salah satu kuncinya adalah bagaimana membuat resep Soto yang enak. Selain itu lokasi tempat yang strategis yang berada di tengah perkantoran dan dilewati bnayak pengendara juga berpengaruh pengaruh.

2.3.2 Market Share

Untuk mengetahui hal ini maka dapat melakukan pengamatan siapa saja yang dapat membeli produk yang saya hasilkan, secara geografis letak usaha kami berada di pinggir jalan raya dan banyak perkantoran swasta dan perkantoran daerah disekitar lokasi banyak kendaraan lewat karena lokasi dijalan Pantura Kota.

Dilihat dari karakteristik para calon konsumen Soto Seger "Mbok Giyem". Sejauh ini pangsa pasar konsumen Soto Seger "Mbok Giyem" tidak terbatas oleh umur dari anak kecil di atas 5 tahun sampai dengan orang dewasa bahkan lansia jika masih mampu dapat menikmati Soto Seger "Mbok Giyem". Begitu juga dengan karakterisitk dari pekerjaan semua kalangan dapat memikmati Soto Seger "Mbok Giyem". Calon konsumen Soto Seger "Mbok Giyem" bahkan tidak hanya dari penduduk asli Kendal, melainkan dapat juga dari wisatawan lokal maupun asing yang sedang melakukan perjalanan wisata.

Warung ini sangat cocok untuk semua jenis kalangan perekonomian baik kelas bawah, menengah sampai kelas atas. Karena harga yang ditawarkan untuk menikmati Soto Seger "Mbok Giyem" sangat umum.

2.3.3 STP (*Segmentasi, targeting dan Positioning*)

A. Segmentasi

Pada dasarnya proses segmentasi pasar adalah upaya untuk memecah pasar yang teramat luas dan heterogen menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan homogen hingga memiliki kesamaan kebutuhan dan tanggapan terhadap bauran

pemasaran yang ditawarkan. Adapun tujuan dari segmentasi pasar adalah agar pemasar dalam melayani konsumen lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif usaha. Pada dasarnya pasar terdiri banyak pembeli yang berbeda-beda dalam beberapa hal, misalkan keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembeli dan praktek pembelinya. Oleh karena itu dari perbedaan-perbedaan tersebut dapat ditentukan segmentasi pasarnya. Beberapa aspek utama yang harus diperhatikan untuk segmentasi pasar adalah aspek geografis, aspek demografis, psikografis dan perilaku. Dalam usaha Soto Seger "Mbok Giyem" memperhatikan beberapa dasar yang dipakai antara lain:

- Faktor geografis

Dari faktor geografis lokasi dari Soto Seger "Mbok Giyem" terletak diwilayah Kendal, Boyolali, Jawa Tengah. Kendal adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kendal masuk dalam Wilayah Metropolitan Kedungsapur yang merupakan Wilayah Metropolitan terbesar keempat setelah Jabodetabek, Gerbangkertosusila, dan Bandung Raya. Kabupaten ini berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kota Semarang dan Kabupaten Semarang di timur, Kabupaten Temanggung di selatan, serta Kabupaten Batang di barat. Kendal juga dikenal dengan Kota Santri karena terdapat ribuan Ponpes terutama di Kecamatan Kaliwungu dan juga dikenal dengan Kota Seni dan Budaya. Kabupaten Kendal terletak pada 109°40' - 110°18' Bujur Timur dan 6°32' - 7°24' Lintang Selatan. Batas wilayah administrasi Kabupaten Kendal meliputi :

a) Utara : Laut Jawa
b) Timur : Kota Semarang

c) Selatan : Kabupaten Semarang dan Kabupaten Temanggung

d) Barat : Kabupaten Batang

Jarak terjauh wilayah Kabupaten Kendal dari Barat ke Timur adalah sejauh 40 Km, sedangkan dari Utara ke Selatan adalah sejauh 36 Km. Kabupaten Kendal dan terletak 25 km di sebelah barat Kota Semarang Kendal dilalui jalan Pantura (jalan negara) yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Kendal mempunyai luas wilayah sebesar 1.002,23 Km2 untuk daratan dan luas wilayah sebesar 313,20 Km2 totalnya seluas 1315,43 Km2 yang terbagi menjadi 20 Kecamatan dengan 265 Desa serta 20 Kelurahan. Berdasarkan data wilayah dan jumlah daerah yang sangat besar ini merupakan segemntasi pasar yang baik dalam memebangu usaha Soto Seger "Mbok Giyem". Selain itu wilayah untuk pendirian usaha merupakan wilayah dengan jalur perjalanan utama baik untuk ke boyolali, semarang, jakarta, dll.

- Faktor Demografik

Segmentasi berdasarkan demografik dilihat dari karakteristik para calon konsumen Soto Seger "Mbok Giyem". Sejauh ini mangsa pasar konsumen Soto Seger "Mbok Giyem" tidak terbatas oleh umur dari anak kecil di atas>5 tahun sampai dengan orang dewasa bahkan lansia jika masih mampu dapat menikmati Soto Seger "Mbok Giyem". Begitu juga dengan karakterisitk dari pekerjaan semua kalangan dapat memikmati Soto Seger "Mbok Giyem". Calon konsumen Soto Seger "Mbok Giyem" bahkan tidak hanya dari penduduk asli Kendal, melainkan dapat juga dari wisatawan lokal maupun asing yang sedang melakukan perjalanan wisata.

- Faktor Psikografik

Untuk faktor ini calon konsumen dilihat dari kelas perekonomian, konsumen yang cocok adalah semua jenis kalangan perekonomian baik kelas bawah, menengah sampai kelas atas. Karena harga yang ditawarkan untuk menikmati Soto Seger "Mbok Giyem" sangat umum.

B. Targeting

Setelah melakukan segmentasi pasar, tahap selanjutnya adalah *targeting*. *Targeting* adalah bagaimana seorang pemasar memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar target dari soto seger mbok giyem cabang kendal ini yaitu:

- ✓ Anak-anak mulai umur 5 tahun, remaja, dewasa, dan lansia.
- ✓ Berbagai kalangan dari karakteristik pekerjaan apapun.
- ✓ Penduduk asli kendal
- ✓ Wisatawan lokal maupun non lokal

C. Positioning

Positioning merupakan suatu tahapan penting bagi pemasar dalam memahami target konsumen yang diinginkan dan bagaimana produk yang dipasarkannya dalam memasuki benak target konsumennya. Definisikan *positioning* adalah bagaiman menciptakan persepsi di benak konsumen tentang produk. *Positioning* dari usaha Soto Seger "Mbok Giyem" adalah dengan memberikan mutu produk yang terbaik dengan cita rasa masakan yang khas. Selain itu penetapan bauran pemasaran yang tepat pada setiap segmen pasar. Sehingga strategi yang digunakan adalah melakukan promosi melalu bener atau

spanduk yang besar dipinggir jalan, dapat dilakukan dengan istilah dalam jawa "gethok tular" atau seperti *word of mouth*.

2.3.4 Bauran pemasaran

Strategi Pemasaran yang saya gunakan strategi bauran pemasaran 4p (*product, place, price, promotion*)

A. Produk

Menurut Kotler (2008) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akusisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam mencari strategi pemasaran untuk tiap produk, pemasar mengembangkan beberapa susunan klasifikasi produk yang didasarkan pada karakteristik produk. Dalam bidang usaha ini produk diklasifikasikan kedalam barang tidak tahan lama. Barang tidak tahan lama adalah barang konsumsi yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan. Dalam usaha ini produk hanya dapat dinikmati dalam kurun waktu tertetu dan tidak perlu berhari-hari karena akan merusak cita rasa dari Soto Seger "Mbok Giyem" itu sendiri.

Soto Seger "Mbok Giyem" merupakan makanan kuliner soto yang awal mulanya berasal dari Boyolali, dimana dahulunya hanyalah pedagang kaki lima biasa dan hanya didepan rumah. Akan tetapi karena cita rasa soto yang terbuat dari bahan rempah-rempah yang sampai saat ini tidak dapat diketahui siapapu mampu membuat Soto Seger "Mbok Giyem" berkembang pesat. Soto Seger "Mbok Giyem" baik dibeberapa kota atau daerah besar dipastikan selalu ada. Keunggulan dari produk yang ada di Soto Seger "Mbok Giyem" adalah terdapat

soto daging dan soto daging pisah. Soto daging adalah soto yang nasinya langsung dicampur menjadi satu dalam satu mangkuk, sedangkan soto daging pisah adalah soto dimana nasi dan kuah dari soto tersebut dipisah tidak dicampur menjadi satu. Berikut sajian Soto Seger "Mbok Giyem" yang menjadi unggulan produk dalam usaha ini:

Gambar 2.2 Soto Daging Soto Seger "Mbok Giyem"

Selain Soto Seger "Mbok Giyem" terdapat juga makanan pendamping atau makanan sebagai pelengkap ketika menikmati soto. Bisa saja ini lain dari pada penjual soto lainya, dimana makanan pendamping variansinya lebih dari 10 jenis seperti aneka macam sate (ati ampela, ayam, usus, paru, limfa, telur, dll), mendoan tempe, gorengan tahu, gorengan tempe garit, bacem tahu dan tempe, goreng otak sapi, perkedel, dll. Berikut sajian salah satu dari makanan pendamping Soto Seger "Mbok Giyem":

Gambar 2.3. Makanan Pendamping Soto Seger “Mbok Giyem”

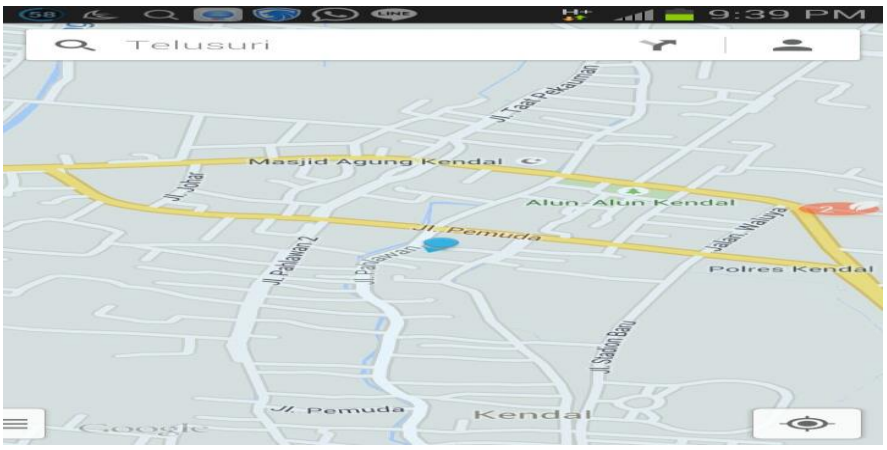
B. Place

Menurut Kotler (2008) mengenai distribusi adalah :*The various the company undertakes to make the product accessible and available to target customer*. Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distrubusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

Daerah yang dipilih sebagai tempat usaha Soto Seger “Mbok Giyem” adalah tempat keramaian dan bisa dilihat oleh banyak masyarakat dan berolakasi dipiingir jalan. lokasi dari Soto Seger “Mbok Giyem” tepatnya di Jalan Pahlawan, Kendal dimana lokasi ini dekat dengan bank BNI, BFI dan berhadapan dengan gereja besar. Berikut Gambaran lokasi Soto Seger “Mbok Giyem”:

Gambar 2.4 Suasana Soto Seger “Mbok Giyem” Kendal

Jika dilihat dari peta lokasi google map adalah:



Gambar 2.5 Google Map lokasi Soto Seger “Mbok Giyem”

C. *Promotion*

Menurut Kotler (2008) definisi promosi menurut Kotler adalah : “*Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market*”. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Pada dasarnya kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rancangan pemasaran secara kesleuruhan serta drencanakan akan

diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan pejualan dan share pasar. Selain itu kegiatan promosi juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran produk selama dan sampai adanya peningkatan kembali.

Promosi dalam udaha ini digunakan untuk memperkenalkan adanya Soto Seger "Mbok Giyem" didaerah tersebut. Hal utama yang dilakukan sebelum pra operasi pemilik telah memasang leaffet tepat di atas bangunan yang akan menjadi usaha degan tulisan "SEGERA AKAN DIBUKA Soto Seger "Mbok Giyem". Hal ini dilakukan sebagai promosi awal bahwa di lokasi atau ditempat tersebut akan ada kuliner Soto Seger "Mbok Giyem". Kemudian tindakan pasca operasi telah dimulai promosi dilakukan masih sama dengan memasang leaffet, selebaran dan ikut dimasukan dalam koram mingguan untuk koran lokal. Pemasang leaffet dilakukan tepat didepan tempat usaha dan dipinggir jalan tepat didepan tempat usaha. Pemasangan leaffet tidak hanya dilakukan ditempat usaha melainkan dipinggir-pinggir jalan yang isinya menginformasikan arah dan letak Soto Seger "Mbok Giyem" berada, sehingga para pengendara terutama dapat melihat bahwa soto Soto Seger "Mbok Giyem" berada di daerah tersebut.

Sedangkan kegiatan promosi yang paling bermanfaat untuk kemajuan peningkatan usaha Soto Seger "Mbok Giyem" adalah dengan sistem "gethok tular" dalam istiah jawa. Artinya promosi yang dilakukan oleh konsumen sendiri, dimana konsumen memberikan rekomendasi atas kuliner Soto Seger "Mbok Giyem". Bisa juga dalam istilah promosi dapat disebut sebagai *word of mouth*, dimana kegiatan promosi secara tidak langsung dilakukan oleh konsumen yang

merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan. Biaya yang dikeluarkan untuk Promosi antara lain ;

- ✓ Pemasangan baleho-baleho Rp 1.000.000
- ✓ Pemasangan neon box Rp 3.000.000
- ✓ Pembagian voucer gratis makan soto total nilai Rp 5.000.000

D. Price

Menurut Kotler (2008) Definisi harga adalah : "*Price is the amount of money charged for a product or service*". Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel di mana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat meningkat atau menurun yang terdapat pada pendapatan dari hasil penjualan. Penetapan harga suatu produk kadang kala menjadi permasalahan oleh setiap pelaku usaha. Hal ini dikarenakan dalam penetapan harga bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari pelaku usaha sendiri. Dalam penetapan harga akan menjadi sngat penting dimana akan berpengaruh terhadap persaingan, karena kondisi saat semakin banyak sekali persaingan yang berkompetitif dan permintaan yang terbatas. Dalam penetepan harga terdapat faktor-faktor yag harus diperhatikan baik faktor langsung maupun faktor tidak langsung. Faktor langsung yang ikut berperan dalam penetapan harga adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Faktor tidak langsung yang berperan dalam penetepan harga adalah harga produk yang sejenis yang dijual oleh para pesaing. Jika dalam penetapan harga

disamakan dengan pesaing ada dua kemungkinan, yaitu jika selera konsumen dapat merima produk kita otamatis akan kembali lagi dan jika konsumen tidak bisa menerima selera produk kita secara otomatis akan kembali kepada produk pesaing. Oleh karena itu sebagai pengusaha kita haris benar-benar dapat memberikan produk lain dari yang lainnya, sehingga penetapan harga pun tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah sesuai dengan pasaran untuk kuliner soto. Harga yang ditentukan untuk Soto Seger "Mbok Giyem" untuk satu porsi soto daging sebesar Rp.7.000,00 dan soto daging pisah dihargai sebesar Rp.10.000. Untuk satu mangkok Soto Seger "Mbok Giyem" komposisinya sangat sederhana yaitu daging, cambah, irisan daun berambang, irisan sledri, bawang goreng. Ukuran mangkok yang digunakan berbeda dengan soto-soto laiinya dimana ukuran mangkok kecil seperti mangkok penjual sekoteng akan tetapi agak besar. Berikut gambaran mangkok Soto Seger "Mbok Giyem"

Gambar 2.6 Ukuran Mangkok

2.4 Aspek Operasi

Menurut Jay Heizer dan Berry Rander (2009:4), manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output

2.4.1 Produk/jasa

Deskripsi Produk / Jasa mbok Giyem dapat dilihat dari beberapa faktor, sebagai berikut:

A. Produk Soto Seger Mbok Giyem

Ada tiga jenis soto yang disajikan di Mbok Giyem, yaitu soto porsi pisah yaitu penyajian soto dan nasi dipisah, soto porsi kecil, dan soto porsi besar. Pelanggan bisa memilih soto ayam atau soto daging sapi. Bedanya, kalau pesan soto ayam, maka menggunakan soun sedangkan soto daging sapi menggunakan kecambah. Selebihnya, penggunaan seledri dan bawang goreng sama dengan soto Solo. Ciri khas Soto Boyolali adalah kelengkapannya berupa tempe keripik. Tempe diiris tipis, digoreng garing, sehingga terasa renyah ketika digigit.

B. Keunggulan Produk atau Jasa

Keunggulan produk kita adalah soto dengan kuah Seger dan kaldu daging sapi serta banyak aneka hidangan makanan ringan seperti sate-satean serta aneka gorengan.

C. Pengembangan Produk

Sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, kita mengumpulkan usulan dari para pelanggan bagi pengembangan produk. Usulan pelanggan bagi pemgembangan produk adalah harapan pelanggan agar warung terus dapat menambah menu baru yang bisa diterima oleh masyarakat sehingga lebih banyak pelanggan.

2.4.2 Gambaran Produk

Ada tiga jenis soto yang disajikan di Soto Seger “Mbok Giyem”, yaitu soto porsi pisah yaitu penyajian soto dan nasi dipisah, soto porsi kecil, dan soto porsi besar. Pelanggan bisa memilih sedangkan soto daging sapi menggunakan kecambah. Selebihnya, penggunaan seledri dan bawang goreng sama dengan soto Solo. Ciri khas Soto Boyolali adalah kelengkapannya berupa tempe keripik.

Tempe diiris tipis, digoreng garing, sehingga terasa renyah ketika digigit. Berikut tabel produk Soto Seger “Mbok Giyem” . soto ayam atau soto daging sapi. Bedanya, kalau pesan soto ayam, maka menggunakan soun, berikut tabel produk usaha soto Seger mbok giyem:

Item	harga satuan
Soto Daging	7.000
Soto Pisah	10.000
Sate Ati	5.000
Sate Paru	5.000
Sate Limpa	5.000
Sate Babat	5.000
Sate Cingur	5.000
Sate Otak	5.000
Tempe Goreng	1.000
Tahu Goreng	1.000
Tahu bakso	1.500
Bakwan	1.000
Bergedel	1.000
Es The	3.000
Teh Hangat	2.500
Es Jeruk	3.000
Jeruk Hangat	3.000

Tabel 2.2 Produk Usaha Soto Seger “Mbok Giyem”

2.4.3 Biaya Operasi

Biaya operasi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan selama dalam usaha dan ada beberapa biaya-biaya digunakan akan ditentukan nilai penyusutannya. Dalam hal ini biaya operasi dibedakan menjadi dua yaitu biaya penjualan dan biaya umum.

INVESTASI DINNING AREA	**QT**	**HARGA**	**TOTAL**
Gerobak	1	5.000.000	5.000.000
Meja Kayu	10	700.000	7.000.000
kursi kayu	20	400.000	8.000.000
Set Meja Office	1	2.000.000	2.000.000
total			**22.000.000**

Tabel 2.3 investasi dinning area

INVESTASI ADMINSITRASI	QT	HARGA	TOTAL
mesin kasir Sharp	1	5.000.000	5.000.000
daftar menu	10	150.000	1.500.000
seragam karyawan	35	30.000	1.050.000
total			**7.550.000**

Tabel 2.4 investasi administrasi

PERLENGKAPAN	QT	HARGA	TOTAL
Kompor Gas	4	450.000	1.800.000
selang regulator	4	100.000	400.000
tabung Gas LPG 3 kg	6	190.000	1.140.000
teremos nasi	2	200.000	400.000
dandang	1	400.000	400.000
telenan	4	30.000	120.000
wajan besar	1	200.000	200.000
wajan sedang	2	50.000	100.000
cobek besar	1	50.000	50.000
blender	1	280.000	280.000
sarigan	2	10.000	20.000
nampan	2	15.000	30.000
panci	2	50.000	100.000
ember/ baskom	2	15.000	30.000
tempat minyak goreng	2	10.000	20.000
saringan besar	2	15.000	30.000
kipas angina	3	185.000	555.000
kipas angin	3	185.000	555.000
mangkok	200	4.000	800.000
gelas besar	200	4.000	800.000
gelas kecil	50	3.000	150.000
sendok soto	200	2.000	400.000
sendok the	100	1.000	100.000
tutup gelas	100	1.000	100.000
total			**8.580.000**

Tabel 2.5 tabel investasi peralatan dapur

persediaan bahan baku				
1	beras	12	235.000	2.820.000
2	daging sapi	180	90.000	16.200.000
3	bumbu inti soto	3	2.000.000	6.000.000
4	gandum	4	125.000	500.000
5	gula pasir	4	520.000	2.080.000
6	the	2	350.000	700.000
7	minyak	120	10.000	1.200.000
8	rose brand	2	60.000	120.000
9	Moto	1	540.000	540.000
10	royco	1	110.000	110.000
11	gula jawa	10	12.000	120.000
12	kecap	10	112.000	1.120.000
13	kopi	1	120.000	120.000
14	kentang	100	5.000	500.000
15	bawang goreng	25	50.000	1.250.000
16	bawang	30	17,000	510.000
17	mrico	5	200.000	1.000.000
18	polo	1	90.000	90.000
19	sunlight	30	10.200	306.000
20	wifol	8	8.000	64.000
21	hand shop	15	11.000	165.000
22	telur	25	19.000	475.000
23	jahe	5	8.000	40.000
24	ebi	1	120.000	120.000
25	miri	1	80.000	80.000
26	tumbar	1	50.000	50.000
27	jeruk nipis	45	11.000	495.000
28	jeruk minum	90	6.000	540.000
29	toge	180	9.000	1620.000
30	loncang	15	6.000	90.000
31	seledri	30	12.000	360.000
32	wortel	10	6.000	60.000
33	jagung	90	1.500	135.000
34	serai	15	3000	45.000
35	salam	15	3000	45.000
36	laos	10	10.000	100.000
37	daun jeruk	10	10.000	100.000
38	cabe	30	31.000	930.000
39	timun	60	3.000	180.000
40	garam	1	100.000	100.000
41	tempe	30	25.000	750.000
42	tahu	30	20.000	600.000
43	plastik	30	4.000	120.000

44	sedotan	30	11.000	330.000
45	daging ayam	50	30.000	1.500.000
46	paru	1	30.000	30.000
47	Limpa	1	25.000	25.000
48	babat	1	25.000	25.000
49	cingur	1	35.000	35.000
50	otak	1	50.000	50.000
51	ati	3	15.000	45.000
52	Gas LPG	1	600.000	600.000
53	listrik PDAM	1	350.000	350.000
	Total			**45.540.000**

Tabel 2.6 Persediaan Bahan Baku

No	Perlengkapan	Qt	harga	Total
1	Plastik klip kecil	1	2.000	2.000
2	plasti bening 1 kg	2	3.000	6.000
3	sedotan bengkok	3	3.500	10.500
4	kresek transparant	2	12.500	25.000
5	kertas roll	5	10.000	50.000
6	tisu	3	112.000	336.000
7	tusuk gigi	30	2,000	60.000
total				**489.500**

Tabel 2.7 Biaya perlengkapan Persediaan

Biaya bahan baku produksi diasumsikan setiap tahun mengalami kenaikan sebesar 5% dari tahun sebelumnya, hal ini diperthitungan dari asumsi kenaikan inflasi sebesar 6,5% yang dijadikan sebagai beban kenaikan biaya produksi.

2.4.4 Lokasi usaha

Lokasi berkaitan dalam dunia usia merupakan unsur terpenting dalam keberhasilan bidang usaha. lokasi strategis memberikan nilai positif bagi kemajuan bisnis tersebut. Disamping itu pemilihan lokasi yang tepat selain kondisi kondusif yaitu luar tempatnya, adanya area parkir yang memadai. Usaha kuliner Soto Seger “Mbok Giyem” Asli Boyolali ini berlokasi di Jalan Pemuda no 9 Kota Kendal Jawa Tengah. yang merupakan kawasan dan sentra kuliner yang ramai dilalui kendaraan dengan menyewa sebuah ruang usaha. Penggunaan lokasi ini dilatarbelakangi beberapa alasan, yaitu :

1. Untuk tahap awal, lokasi ini hanya berupa sebuah tempat usaha kecil dengan kapasitas pengunjung adalah 20-40 orang dengan menerapkan tempat kursi berhadapan dengan meja panjang.
2. Lingkungan yang nyaman, teduh dan asri sehingga memungkinkan untuk melakukan usaha secara kondusif.

2.5 Aspek SDM

Fokus kami disini adalah struktur organisasi, system pembayaran, Kesejahteraan Karyawan, pembinaan etos Kerja. kami akan menentukan kualifikasi-kualifikasi tertentu disetiap bidangnya. Karyawan yang kami butuhkan untuk menempati posisi supervisor, kasir, pelayan.

2.5.1 Job Deskription

1. Tugas Pimpinan
    a. Bertanggung jawab untuk dapat mengelola dan mengawasi usaha secara keseluruhan dan pengambilan keputusan strategis
    b. Bertanggungjawab terhadap penjualan dan promosi kepada masyaraat luas
    c. Bertanggungjawab atas uang yang masuk dan uang yang keluar agar tidak terjadi kerugian
2. Tugas Supervisor
    a. Bertanggung jawab atas kelancaran operasi, bertanggungjawab atas kinerja masing-masing karyawan dan mengecek peralatan apa saja yang masih digunakan, yang rusak dan yang perlu diganti agar semuanya tertata dengan baik dan rapi
3. Karyawan (Koki, Waiters, Kasir, Supir)
    a. juru masak bertanggung jawab untuk membuat forecast bahan makanan yang dibeli, mengolah bumbu dan mempersiapkan bahan makanan, memproduksi menu sesuai dengan pesanan, menjaga kebersihan dan kehigienisan, melakukan inovasi.

b. Juru saji, bertanggung jawab untuk menyambut tamu, menuliskan menu, mengantarkan makanan, membantu kebutuhan tamu, menerangkan produk-produk yang tersedia, menjaga hubungan dan sikap yang baik terhadap tamu.
c. Kebersihan dan perawatan, bertugas untuk memastikan kondisi area usaha dalam keadaan bersih; memastikan peralatan masak dan saji dapat digunakan; mencuci dan merawat perkakas yang telah selesai digunakan.

4. Kasir

   Kasir bertugas untuk menerima pembayaran, menerangkan harga, dan memberikan setoran dan laporan kepada supervisor

2.5.2 Analisa kebutuhan SDM

Soto Seger Mbok Giyem memiliki jumlah tenaga kerja 9 orang dengan struktur yang sederhana. Pimpinan yang bertanggung jawab untuk masalah strategi dan manajerial membawahi seorang supervisor yang bertanggung jawab untuk masalah operasional. Supervisor ini kemudian membawahi sembilan orang karyawan, yang masing-masing dibagi tugas menjadi juru masak 3 orang, juru saji 4 orang, supir 1 orang, dan satu 1 orang kasir.

2.5.3 Sistem Pembayaran Upah dan Besaram Gaji Karyawan

Sistem pembayaran upah/ gaji karyawan dilakukan berdasarkan kesepakatan antara karyawan dengan pihak manajemen. Perusahaan menerapkan 3 kategori dalam sistem pembayaran yaitu:

1. Upah harian/ mingguan yaitu upah yang diberikan perhari yang dikumulatifkan pada akhir minggu.
2. Upah bulanan yaitu upah yang dibayarkan tetap selama satu bulan

3. Upah borongan yaitu upah yang dibayarkan berdasarkan borongan pekerjaan yang dilakukan.
4. Biaya Gaji upah tenaga kerja,Rp. 4.500.000 dan merangkap sebagai supervisor. Kemudian juru masak sebanyak 3 orang dengan gaji per orang sebanyak Rp.1.500.000, juru saji 4 orang dengan gaji sebanyak Rp.1.200.000 per orang. Supir dengan besarnya gaji Rp.1.500.000 dan kasir dengan gaji Rp.1.500.000 total gaji Rp 16,800,000

2.5.4 Kesejahteraan karyawan

Untuk tetap dapat mempertahankan produktivitas karyawannya maka perusahaan melakukan penjaminan terhadap kesejahteraan karyawan. Ada 3 macam jaminan kesejahteraan yang diberikan kepada seluruh karyawan yaitu:

1. Jaminan kesehatan
2. Pemberian bonus prestasi
3. THR & Bingkisan Hari Raya

2.5.5 Pembinaan etos kerja

Pembinaan etos kerja dilakukan oleh pihak manajemen melalui olah raga bersama tiap Sabtu (hari krida), dan rekreasi ke tempat-tempat wisata sekitar Yogyakarta setiap Sabtu akhir bulan. Keuntungan dari aktivitas ini adalah dapat mengurangi stress, menjalin kebersamaan dan keterbukaan sesama karyawan, mendorong terciptanya motivasi kerja, dan pencapaian tujuan perusahaan.

2.6 Aspek Keuangan

Menurut pendapat Harahap (2004) analisa laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau mempunyai makna antara satu dengan yang lain. baik antara data kuantitatif maupun non kuantitatif.

Laporan keuangan dapat membantu supervisior untuk merumuskan strategi apa yang akan dilakukan dengan kondisi keuangan yang dimiliki oleh perusahaan saat ini. Melalui laporan tersebut pula. pemilik dapat membuat keputusan-keputusan penting dimasa yang akan datang.

2.6.1 Perencanaan Keuangan

Pada aspek keuangan. perusahaan memiliki beberapa keputusan strategis. Keputusan tersebut antara lain yakni:

1. Keputusan penentuan margin keuntungan

   Perusahaan menetapkan bahwa margin keuntungan diambil oleh perusahaan dalam setiap porsi Soto Seger Mbok Giyem yang dijual yaitu perbandingan 40% dari harga jual perporsi. Manajemen tetap mengakomodir hal tersebut sehingga dengan beberapa catatan agar keuangan perusahaan bisa tetap stabil
2. Keputusan untuk menyisihkan sebagian keuntungan untuk sebagian biaya *franchise*. Biaya ini diambil dari keuntungan penjualan pada setiap bulannya

Perencanaan keuangan meliputi segala biaya yang digunakan dan pendapatan yang diperoleh pemilik saat menjalankan bisnis proyeksi keuangan dalam 5 tahun mendatang direncanakan sebagai berikut :

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
pendapatan	514.105.000	1.186.219.200	1.209.943.584	1.234.142.456	1.258.825.305
tota pendapatan	514.105.000	1.186.219.200	1.209.943.584	1.234.142.456	1.258.825.305
franchise	30.000.000		30.000.000		30.000.000
biaya operasional					
biaya pemasaran	9.250.000	9.712.500	10.198.125	10.708.031	11.243.433
biaya sewa temat	17.500.000		20.000.000		25.000.000
biaya gaji karyawan	81.000.000	194.400.000	194.400.000	234.000.000	234.000.000
persediaan bahan baku	251.637.247	664.249.856	697.462.348	732.335.466	768.952.239
perlengkapan	2.704.796	7.139.884	7.496.878	7.871.722	8.265.308
Total Biaya Operasional	362.092.044	875.502.239	929.557.351	984.915.219	1.047.460.980
EBITDA	152.012.956	310.716.961	280.386.233	49.227.237	211.364.625
Biaya Depresiasi	6.487.500	15.570.000	15.570.000	50.000.000	50.000.000
EBIT	145.525.456	295.146.961	264.816.233	199.227.237	161.364.325
Interest					
EBT	145.525.456	295.146.961	264.816.233	199.227.237	161.364.325
Tax 10%	14.552.545,64	29.514.696,08	26.481.623,28	19.922.723,69	16.136.432,51
EAT	130.972.910,74	265.632.264,71	238.334.609,54	179.304.513,25	145.227.892,61

Tabel 2.8 Proyeksi Laporan Keuangan 5 tahun

Keputusan dalam membangun suatu usaha dimulai dari pemilihan desain bisnis stratagsei untuk menciptakan nilai. Selanjutnya strategi diimplementasikan dengan membuat investsi melalui sumber daya yang terbatas dengan kegiatan-kegiatan tertentu. Keputusan dalam pembangunan usaha maupun berinvestasi mengandung unsur resiko dan resiko tersebut harus benar-benar dipertimbangka melalui proses pemelihan yang tepat. Oleh karena itu diperlukan perencanaan keuangan yang merancang suatu anggaran keuangan di dalam suatu organisasi atau perusahaan yang terkait dengan penyususnan anggaran (*Budgeting)*.

BAB III

PERENCANAAN DAN REALISASI

Pelaksanaan rancang bisnis kuliner Soto Seger Mbok Giyem telah dijalankan kurang lebih selama 5 bulan mulai dari bulan Agustus 2016 hingga Desember 2016. Pada proposal bisnis. perusahaan merencanakan target penjualan naik hingga 20%. Namun pada realisasinya perusahaan hanya mampu menaikkan pendapatan rata-rata setiap bulan 2% pada setiap bulannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor yang terjadi pada saat pelaksanaan bisnis dilapangan. Sesuai dengan berjalannya waktu perusahaan membuat evaluasi dibeberapa aspek yang dirumuskan untuk menaikkan target penjualan pada tahun berikutnya dan seterusnya. Namun. strategi yang dirancang akan tetap dievaluasi secara berkala.

3.1 Aspek Pemasaran

Analisa bisnis secara khusus berdasarkan konsentrasi yang diambil oleh penulis yaitu konsentrasi Pemasaran. Menurut *Stanton (dalam Swastha dan Irawan. 2005:5)* menyatakan bahwa: *"Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan. menentukan harga. mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuasakan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial".*

Kegiatan pemasaran berkaitan erat dengan operasional bisnis bagi perusahaan baik dari proses produksi sampai penjualan ke tangan konsumen. Kegiatan pemasaran atau *marketing* mempunyai pengertian yaitu: "Suatu kegiatan

yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran". *(Kotler. 1987:22)*

Pada proposal bisnis perusahaan telah memaparkan rencana strategis apa yang akan digunakan untuk dapat mengoptimalkan penjualan. Pada dasarnya implementasi yang dilakukan tentunya ada banya factor yang tidak terduga yang terjadi. sehingga pada proses implementasi ada strategi yang terealisasi dan juga belum terealisasi. Perencanaan strategi yang digunakan adalah strategi bauran pemasaran 4p (product. place. price. promotion).

3.1.1 Marketing Mix 4P

A. Product

Produk utama yang menjadi keunggulan pada Soto Seger Mbok Giyem adalah soto daging dan soto daging pisah. Soto daging adalah soto yang nasinya langsung dicampur menjadi satu dalam satu mangkuk. sedangkan soto daging pisah adalah soto dimana nasi dan kuah dari soto tersebut dipisah tidak dicampur menjadi satu. Menu soto yang dijual merupakan menu utama sesuai dengan strandart yang telah ditetapkan oleh pemilik brand "soto seger mbok giyem". Dalam hal ini. pemilik telah menentukan tata cara memasak dan resep rahasia yang harus dijaga agar cita rasa soto seger mbok giyem tetap khas. oleh sebab itu pemilik cabang membeli bumbu inti soto pada frachisor. Menu pendukung lainnya yang menjadikan soto seger mbok giyem ini semakin khas adalah menu pendamping seperti gorengan. sate-satean. dan kerupuk.

B. Place

Daerah yang dipilih sebagai tempat usaha Soto Seger “Mbok Giyem” adalah tempat keramaian dan bisa dilihat oleh banyak masyarakat dan berlokasi dipinggir jalan. Lokasi dari Soto Seger “Mbok Giyem” tepatnya di Jalan Pahlawan. Kendal dimana lokasi ini dekat dengan bank BNI. BFI dan berhadapan dengan gereja besar.

C. Price

Harga yang ditentukan untuk Soto Seger “Mbok Giyem” untuk satu porsi soto daging sebesar Rp.7.000.00 dan soto daging pisah dihargai sebesar Rp.10.000. Untuk satu mangkok Soto Seger “Mbok Giyem” komposisinya sangat sederhana yaitu daging, cambah. irisan daun berambang. irisan sledri. bawang goreng. Ukuran mangkok yang digunakan berbeda dengan soto-soto lainnya dimana ukuran mangkok kecil seperti mangkok penjual sekoteng akan tetapi agak besar. Harga yang ditetapkan mengacu pada harga pasar yang sebelumnya telah dilakukan survey pada beberapa pesaing yang ada di Kota Kendal. Untuk semangkok soto dengan harga tersebut pelanggan sudah dapat menikmati Soto Seger Mbok Giyem.

D. Promotion

Promosi dalam udaha ini digunakan untuk memperkenalkan adanya Soto Seger “Mbok Giyem” didaerah tersebut. Hal utama yang dilakukan antar lain:

a. Pra operasi pemilik cabang telah memasang leaffet tepat di atas bangunan yang akan menjadi usaha degan tulisan “SEGERA AKAN DIBUKA Soto Seger “Mbok Giyem”.

b. Pasca operasi telah dimulai promosi dilakukan masih sama dengan memasang leaffet. selebaran dan ikut dimasukan dalam koran mingguan untuk koran lokal.
c. *Word of mouth*. dimana kegiatan promosi secara tidak langsung dilakukan oleh konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.
d. Pembagian voucer gratis makan soto total nilai Rp 5.000.000

3.1.2 Realisasi Pemasaran

Dalam hal ini. penulis berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan dalam implementasi usaha Soto Seger Mbok Giyem yaitu Marketing Mix atau Bauran Pemasaran yang dibagi menjadi 4 faktor yaitu; *product. price. place.* dan *promotion*. Beberapa ahli pemasaran telah memberikan definisi yang kelihatannya berbeda tentang *marketing mix*. namun pada hakekatnya adalah sama. Menurut *Swastha dan Handoko (1997:119). marketing mix* adalah kombinasi dari 4 (empat) variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk. harga. sistem distribusi dan kegiatan promosi. Menurut *Hise (dalam Swastha. 1987:6)*. *marketing mix* adalah kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode tertentu kepada pasar rertentu. Sedangkan menurut *Kotler (1996:93)* definisi *marketing mix* adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Dari ketiga definisi di atas dapat disimpulkan bahwa definisi dari *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah kombinasi 4 (empat) variabel pemasaran atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk. harga. sistem distribusi dan kegiatan promosi yang digunakan atau dikendalikan oleh suatu perusahaan untuk memasarkan produk tertentu selama periode waktu tertentu dan kepada pasar tertentu untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan.

3.1.3 Perbandingan Rencana dan Realisasi

Dalam aspek pemasaran tidak terjadi banyak perubahan antara perencanaan dan realisasi pemasaran. hal ini dikarenakan strategi pemasaran yang telah dirancang sepenuhnya diimplementasikan. Realiasasi strategi pemasaran sebagai berikut:

Perencanaan	Realisasi
Produk Menu soto seger dilengkapi menu pendamping	Sudah sesuai Menu soto seger mbok giyem terdiri dari soto pisah, soto campur, dilengkapi dengan gorengan, sate-satean, kerupuk dan minuman
Lokasi Lokasi yang strategis dan nyaman	Sudah sesuai Lokasi bertempat di Soto Seger "Mbok Giyem" tepatnya di Jalan Pahlawan. Kendal dimana lokasi ini dekat dengan bank BNI, BFI dan berhadapan dengan gereja besar dan merupakan daerah pantura yang ramai pengunjung. Lokasi juga didukung oleh dinning area yang nyaman dan parkiran yang luas sehingga memudahkan konsumen untuk parkir
Harga Harga terjangkau	Sudah sesuai Satu porsi soto seger mbok giyem dijual seharga 7000 sedangkan untuk soto pisah dijual 10000. Jika dibandingkan dengan kuliner disekitar daerah kota Kendal dengan harga tersebut sangat terjangkau oleh masayarakat.
Promosi a. Pra operasi pemilik cabang telah memasang leaffet tepat di atas bangunan yang akan menjadi usaha	Sudah sesuai Strategi promosi a. Pemasangan leaffet tetap dipasang pasca operasi

degan tulisan "SEGERA AKAN DIBUKA Soto Seger "Mbok Giyem". b. Pasca operasi telah dimulai promosi dilakukan masih sama dengan memasang leaffet selebaran dan ikut dimasukan dalam koran mingguan untuk koran lokal. c. *Word of mouth*. dimana kegiatan promosi secara tidak langsung dilakukan oleh konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan. d. Pembagian voucer gratis makan soto total nilai Rp 5.000.000	b. Antusiasme masyarakat untuk voucer gratis makan soto melebii prediksi, seingga direncanakan untuk dianggarkan kembali c. *Word of mouth* diterapkan dalam kalangan interent yaitu karyawan dan juga eksterent yaitu pelanggan

Tabel 3.1 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Aspek Pemasaran

a. Produk

Selama dalam implementasi pelaksaan bisnis strategi ini dinilai dapat berjalan secara efektif. Jika dilihat dari laporan keuangan pada setiap bulan permintaan mengalami kenaikan. artinya menu yang ditawarkan dapat diterima oleh pelanggan terlebih pecinta Soto Seger. Selain itu. Soto Seger Mbok Giyem juga menyediakan makanan pendamping lainnya seperti sate satean dan aneka gorengan. sehingga dapat menambah aneka ragam pilihan makanan yang dapat menambah cita rasa saat memakan Soto Seger Mbok Giyem. Pendapatan perusahaan dari makanan pendamping nilai juga mengalami kenaikan dari bulan agustus hingga desember 2016. Strategi ini akan tetap dipertahankan dan diimplementasikan karena merupakan ciri khas atau keunggulan perusahaan.

Kunci utama yang selalu dilakukan oleh pemilik cabang beserta segenap karyawan adalah mempertahankan kualitas rasa Soto Sger Mbok Giyem. dan makanan pendamping lainnya. Hal ini didasari karena bisnis yang dijalankan merupakan bisnis kuliner yang sangat ditentukan oleh kualitas rasa. Seperti yang dikemukan oleh Brumback 1998; dalam Soriano 2002 bahwa alasan utama

konsumen untuk kembali ke restoran adalah kualitas makanan yang baik dan bahan makana yang segar.

b. Place

Menurut Render dan Heizer. 2001 (dalam Adrianto. 20016) terdapat 6 faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi bisnis. antara lain:

- Lingkungan masyarakat
- Kedekatan dengan pasar
- Tenaga kerja
- Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier
- Fasilitas dan biaya transportasi
- Sumber daya alam lainnya.

Lokasi cabang Soto seger mbok giyem beralamat di Jalan Pahlawan. Kendal. Sesuai dengan perencanaan bisnis lokasi ini dinilai sangat strategis dan tepat. karena terletak dipinggir jalan raya. keterjangkauan lokasi dengan masyarakat. dengan dengan pasar. dan pengunjung yang cukup banyak dalam beberapa bulan pertama pada saat awal pembukaan. Faktor yang mempengaruhi selain tempat yang strategis. lokasi usaha Soto Seger “Mbok Giyem” juga sangat nyaman bagi para pelanggan. didukung oleh kelengkapan interior dan eksterior pelanggan menjadi betah dan ingin untuk kembali datang dan membeli Soto Seger “Mbok Giyem”.

c. Price

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaukan oleh Soriano (2002). ada dua aspek dalam atribut harapan konsumen mengenai harga/nilai makana yang dapat

mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada sebuah warung makan. yakni. harga makanan yang kompetitif dan harga minuman yang kompetitif.

Pada saat sebelum menetapkan harga jual soto. pemilik cabang melakukan survey pada beberapa usaha kuliner soto yang ada disekitar kota kendal. Harga yang ditetapkan oleh pemilik cabang mengacu pada pada harga jual soto dipasar dan juga harga jual soto Mbok giyem yang sudah ditentukan oleh pemilik brand. Pada saat implementasi bisnis. untuk semangkok soto dengan harga Rp 7000 untuk soto dan Rp 10.000 untuk soto pisah pelanggan sudah dapat menikmati Soto Seger Mbok Giyem. Jika dilihat dari trend penjualan pada 5 bulan sejak bisnis dijalankan. harga tersebut dinilai sangat terjangkau. Sebab itu. menawarkan makanan dengan kualitas rasa yang baik dan memberikan pelayana yang memuaskan belum cuku baik untuk menarik konsumen terhadap keputusan melakukan pembelian ulang. untuk memperoleh keunggulan kompetitif maka pemilik cabang Soto Seger Mbok Giyem harus dapat memberikan nilai lebih dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

d. Promotion

Pada awal proses pelaksaan implementasi usaha Soto Seger Mbok Giyem telah melakukan strategi pemasaran pra operasi. Hal ini dilakukan sebagai promosi awal bahwa di lokasi atau ditempat tersebut akan ada kuliner Soto Seger “Mbok Giyem”. Usaha Soto Seger Mbok Giyem berbasis bisnis franchise dimana bisnis kuliner ini sudah memiliki trend nama yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Namun pada kondisi lapangan masih ada banyak juga masyarakat

yang belum familiar dengan usaha Soto Seger Mbok Giyem. Oleh karena itu strategi promosi tetap harus gencar dilakukan. salah satunya adalah dengan membagikan voucher gratis soto yang dianggarkan senilai Rp 5000.000. strategi tersebut dinilai efektif pada saat awal launching pembukaan cabang usaha Soto Seger Mbok Giyem di Kota Kendal dimana konsumen yang datang melebihi apa yang diperkirakaan oleh pemilik cabang. Walau banyak pelanggan yang kecewa karena tidak kebagian voucher soto gratis. mereka tetap antusias untuk mencoba membeli soto dengan harga normal. Hal ini menunjukkan bahwa ada ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan. dan hal ini disebebakan oleh strategi promosi yang tepat.

Pada saat perecanaan pembukaan cabang strategi promosi yang dilakukan ditargetkan dilakukan saat praoperasi namun pada saat implementasi dilakukan strategi promosi juga dilakukan pasca pmbukaan cabang soto seger mbok giyem. Keputusan ini mengacu pada konsep dan definisi *Kotler (1996:93) marketing mix* adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran, dan dapat disimpulkan bahwa definisi dari *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah kombinasi 4 (empat) variabel pemasaran atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, sistem distribusi dan kegiatan promosi yang digunakan atau dikendalikan oleh suatu perusahaan untuk memasarkan produk tertentu selama periode waktu tertentu dan kepada pasar tertentu untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan.

Mengacu pada konsep tersebut, strategi yang diambil oleh pemilik adalah dengan Keempat unsur yang terdapat dalam kombinasi tersebut saling berhubungan, hal ini juga sama seperti konsep sistem sebagai keputusan dimana masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi. Adapun variabel yang ada mempunyai banyak sekali sub-variabel. Misalnya ada beberapa macam produk yang dapat dipasarkan oleh suatu perusahaan, baik produk yang ada kaitannya atau tidak seperti contoh tambahan menu pendamping soto. Keempat unsur tersebut adalah:

1. Produk, meliputi perencanaan dan pengembangan produk soto seger mbok giyem.
2. Harga, meliputi harga dasar dari produk yang dihasilkan dan menentukan kebijaksanaan yang berkaitan dengan potongan harga, ongkos kirim dan hal-hal yang berhubungan dengan harga.
3. Distribusi, menentukan perantara yang dipakai dalam saluran distribusi secara fisik serta mengembangkan pengenalan produk.
4. Promosi, meliputi komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar

3.2 Aspek Operasi

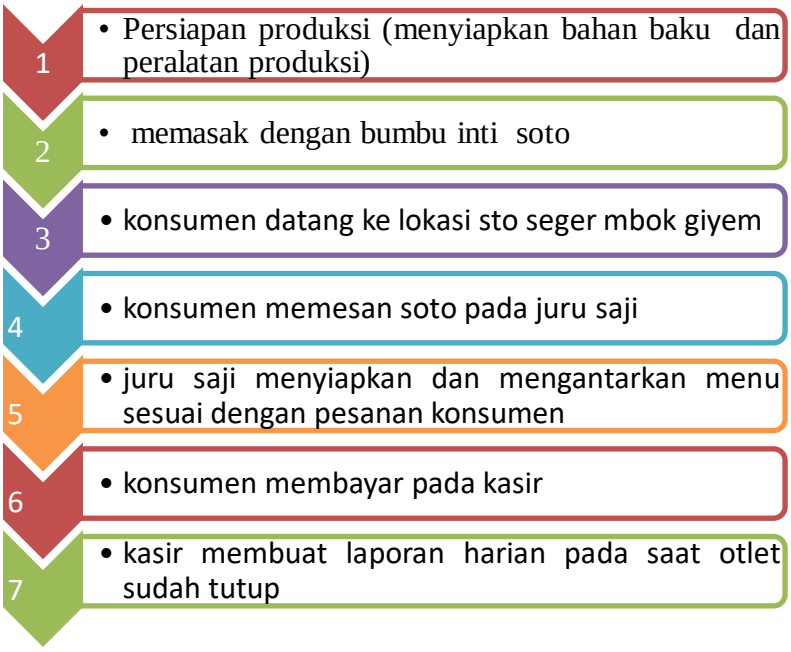
3.2.1 Perencanaan Aspek Operasional dan Produksi

Menurut Eddy Herjanto (2007). manajemen operasional adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang jasa dan kombinasinya melalui proses transformasi dari sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan.

Adapun maksud dari analisis aspek ini adalah untuk mengetahui bagaimana persiapan perencanaan aspek operasioinal dan produksi Soto Seger Mbok Giyem Cabang Kendal. Pada aspek operasional digambarkan alur kegiatan di otlet soto seger mbok giyem cabang Kendal.

3.2.2 Alur Kegiatan Operasional Soto Seger Mbok Giyem

Kegiatan operasional merupakan aspek penting dalam implementasi bisnis. karena aspek ini yang akan menjadi tolak ukur berjalannya bisnis, semakin tinggi prosentase produksi artinya semakin tinggi pula permintaan. Kegiatan operasional antara lain:



3.1 Alur kegiatan operasional Soto Seger Mbok Giyem Cabang Kendal

3.2.3 Alur Kegiatan Produksi Soto Seger Mbok Giyem

Aspek produksi merupakan bagian dari kegiatan operasional yang sangat penting karena aspek ini menentukan jalannya bisnis, semakin tinggi produksi maka semakin tinggi pula target yang harus dicapai, proses produksi meliputi:

1. Perencanaan anggaran belanja produksi
2. Pembelian bahan baku, sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan produksi
3. Proses memasak soto seger dan juga menu lainnya
4. Proses penyajian kepada pelanggan

Dalam proses masak soto seger mbok giyem juru masak ditargetkan untuk bisa memasak sesuai target produksi perhari dan menjaga kualitas rasa, karena bisnis ini merupakan bisnis kuliner yang sangat mengutamakan kualitas rasa dan pelayanan yang memuaskan.

3.2.4 Realisasi Aspek Operasional dan Produksi

Proses produksi merupakan serangkaian kegiatan memasak soto hingga siap untuk dihidangkan. Juru masak dilatih terlebih dahulu oleh pemilik cabang hingga mahir memasak sesuai dengan standar baik resep, proses memasak dan kualitas rasa soto. Menu soto seger mbok giyem merupakan menu utama yang dijual kepada konsumen sehingga jaminan rasa soto ini harus benar-benar enak karena kunci keberhasilan bisnis kuliner adalah terletak pada rasanya.

Rangkain proses produksi yang pertama adalah menyiapkan bahan dan peralatan produksi, proses ini meliputi belanja bahan baku, membersihkan bahan dan menyiapkan bahan baku yang dilanjutkan dengan proses memasak. Resep

soto seger mbok giyem merupakan resep turun temurun yang telah menjadi menu kondang khususnya di daerah Jawa Tengah, bumbu inti soto dibeli dari Franchisor merupakan bumbu inti soto yang telah diracik dengan rempah rahasia yang menjadikan soto tersebut sangat lezat. Proses memasak tidak hanya memasak soto saja, namu juga diiringi dengan memasak menu pelengkap lain seperti bakwan, sate-satean dll. Setelah semua proses dilalui, juru saji menyiapkan segala keperluan untuk membuka outlet soto seger mbok Giyem dan juru kebersihan membersihkan *dinning area* hingga semua siap.

Dalam hal ini, tugas supervisior adalah memastikan segala proses berjalan dengan lancar dan segala keperluan telah siap. Disamping itu, supervisor juga memastikan semua karyawan bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masin dan saling membantu jika ada salah satu yang kerepotan atau membutukan bantuan.

Saat outlet sudah siap dibuka, juru saji mempersilahkan konsumen yang sudah datang dan mencatat pesanan konsumen dengan benar, selanjutnya pesanan tersebut dibuatkan oleh juru saji dan disediakan kepada konsumen sesuai pesanan. Selajutnya, kasir bertugas untuk menginput segala transaksi pembelian pada hari tersebut dan membuat laporan uang masuk pada sore harinya atau saat outlet sudah tutup.

3.2.5 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Aspek Operasional Produksi

Pada saat realisasi ada kendala yang dialami pada aspek operasional antara lain:

Perencanaan	Realisasi
Perencanaan anggaran belanja	Realisasi melebihi anggaran biaya
Bahan Baku Lengkap	Ketersedian bahan baku kurang memadai sehingga harus memiliki beberapa pemasok

	bahan baku
Penyajian soto dilayani oleh juru saji dengan pelayanan yang benar dan memuaskan	Terdapat komplain dari konsumen bahwa pesanan tidak sesuai, sehingga pemilik komitmen untuk mengganti pesanan sesuai permintaan konsumen, akibatnya menimbulkan kerugian outlet.
Ada 2 orang juru masak yang mengandle proses memasak sesuai dengan rencana SDM	Karyawan pada posisi juru saji mengalami *turnover* yang cukup sering, hal ini menjadikan proses produksi atau memasak menjadi terhambat pasalnya pemilik terkadang harus terjun sendiri untuk memasak soto.
Konsumen membayar pada kasir	Setelah melakukan evaluasi, pemilik menerapkan strategi pemasaran pada saat kasir melakukan transaksi dengan konsumen. Kasir diharuskan bersikap ramah, menanyakan kesan dan pesan untuk Soto Seger Mbok Giyem Cab. Kendal sembari mengucapkan terimakasih atas kunjungan konsumen. Hal ini dinilai dapat meningkatkan empaty konsumen terhadap image soto seger mbok giyem, seingga konsumen mau untuk datang kembali.

Tabel 3.2 Perbandingan perencanaan dan realisasi Aspek Operaasional

Perbedaan realisasi dan perencanaan diantisipasi dengan melakukan evaluasi berkala. Alokasi biaya pembelian bahan baku pada saat realisasi berbeda dengan perencanaan hal ini disebabkan oleh naiknya harga bahan baku dipasar. Evaluasi yang dilakukan adalah dengan menaikkan anggaran biaya pembelian bahan baku untuk mengantisipasi terjadinya kenaikan harga dipasar.

Disisi lain, ketersediaan baan baku juga mempengarui proses produksi. Pada saat realisasi terjadi ketidaktersediaan baan baku yang mengakibatkan harus berbelanja kepada penjual lain dengan harga yang lebih mahal. Evaluasi yang dilakukan adalah dengan menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok bahan baku sehingga ketersediaan bahan baku dapat dipastikan adanya.

Hal yang tak kalah pentingnya adalah kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting dan harus diperhatikan, ketidak sesuaian pesanan konsumen yang menimbulkan komplain teradapat pemilik akan mengakibatkankan kerugian

terhadap pemasukan. Dalam hal ini, strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, pemilik menjadwalkan breafing sebelum outlet dibuka tujuannya adalah untuk evaluasi kinerja dan meningkatkan motivasi dan semangat karyawan.

Kendala dalam proses produksi yang diakibatkan oleh turnover pada bagian juru masak dievaluasi dengan menunjuk satu ketua juru masak untuk menjadi penanggungjawab, hal ini ditujukan untuk mengantisipasi jika ada karyawan dalam bidang ini keluar, maka ketua batau penanggungjawab bisa melatih karyawan baru. Disisi lain, dengan diangkatnya penanggung jawab tersebut dapat meningkatkan rasa tanggungjawab, kinerja serta loyalitas terhadap pekerjaan.

Sebagai cabang baru di kota Kendal, soto seger mbok giyem harus aktif melakukan strategi pemasaran dalam segala bidang. Salah satunya adalah dengan melakukan pemasaran secara tidak langsung ketika konsumen membayar pada kasir. Dengan pelayanan yang ramah, sapaan yang sopan dan senyum sumringah diharapkan dapat menarik empati konsumen untuk kembali lagi.

3.3 Aspek SDM

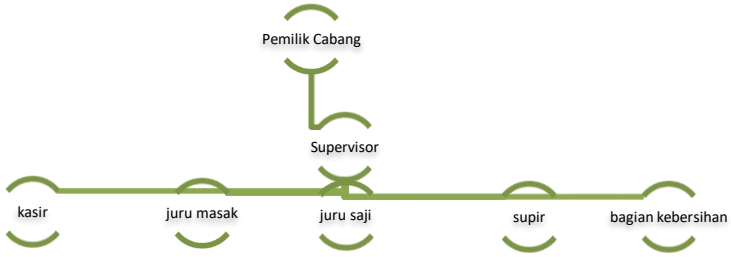
3.3.1 Perencanaan Sumber Daya Manusia

Beberapa bagian akan dibutuhkan saat pengembangan bisnis ini. salah satunya adalah Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). MSDM menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan dalam bukunya yang berjudul manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja

agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan. karayawan dan masyarakat.

Fungsi-fungsi MSDM terdiri dari perencanaan. pengorganisasian. pengarahan. pengendalian. pengadaan. pengembangan kompensasi. pengintegrasian. pemeliharaan. kedisiplinan. dan pemberhentian. Tujuannya adalah agar perusahaan mendapatkan rentabilitas laba yang lebih besar.

3.3.2 Bagan dan Struktur Organisasi



Gambar 3.2 Struktur Organisasi

3.3.3 Proses Rekruitment

Menurut Henry Simamora (1997:212) Rekrutmen adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi kemampuan. keahlian. dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Menurut Henry Simamora (1997:214) proses rekrutmen memiliki beberapa tujuan. antara lain:

1. Untuk memikat sekumpulan besar pelamar kerja sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan

pemilihan terhadap calon-calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi.

2. Tujuan pasca pengangkatan (post-hiring goals) adalah penghasilan karyawan-karyawan yang merupakan pelaksana-pelaksana yang baik dan akan tetap bersama dengan perusahaan sampai jangka waktu yang masuk akal.
3. Upaya-upaya perekrutan hendaknya mempunyai efek luberan (spillover effects) yakni citra umum organisasi haruslah menanjak. dan bahkan pelamar-pelamar yang gagal haruslah mempunyai kesan-kesan positif terhadap perusahaan. Proses rekrutmen meliputi beberapa poin penting. menurut Simamora (1997:221):
    1. Penyusunan strategi untuk merekrut

       Di dalam penyusunan strategi ini. pemilik terjun langsung untuk menentukan kualifikasi-kualifikasi pekerjaan. bagaimana karyawan akan direkrut. di mana. dan kapan.

    2. Pencarian pelamar-pelamar kerja

       Setelah rencana dan strategi perekrutan disusun. aktivitas perekrutan mulai dilaksanakan dengan menyebarkan selebaran dibeberapa tempat strategis dan ramai. seperti di Swalayan yang banyak pengunjung. di temple di beberapa papan pengumuman yang ada di daerah sekitar.

    3. Penyisihan pelamar-pelamar yang tidak cocok atau penyaringan

Setelah lamaran-lamaran diterima. haruslah disaring guna menyisihkan individu yang tidak memenuhi syarat berdasarkan kualifikasi-kualifikasi pekerjaan. Di dalam proses ini memerlukan perhatian besar khususnya untuk membendung diskualifikasi karena alasan yang tidak tepat. sehingga di dalam proses ini dibutuhkan kecermatan dari pihak penyaring. Terlebih pada posisi supervisior dan juru masak. diutamakan yang berpengalaman.

4. Pembuatan kumpulan pelamar

   Kelompok pelamar (applicant pool) terdiri atas individu-individu yang telah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh perekrut dan merupakan kandidat yang layak untuk posisi yang dibutuhkan.

Metode recruitment yang dipilih oleh akan mempengaruhi banyaknya lamaran yang masuk ke dalam perusahaan. Metode perekrutan calon karyawan baru dibagi atas metode tertutup dan metode terbuka. Metode tertutup yaitu dimana perekrutan itu hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja. Akibatnya lamaran yang masuk menjadi relatif sedikit sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang baik akan semakin sulit. Sedangkan perekrutan dengan metode terbuka adalah dimana perekrutan itu diinformasikan secara luas dengan metode masang iklan pada media massa baik cetak maupun elektronik. agar tersebar luas kemasyarakat. Dengan metode terbuka ini diharapkan banyak lamaran yang akan masuk. sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang qualified menjadi lebih besar.

Pada proses pelaksanaan recruitment karyawan. Soto Seger Mbok Giyem Cabang Kendal menggunakan dua metode. Pada awal recruitment pemilik cabang membuka informasi lowongan pekerjaan dengan metode terbuka melalui selebaran yang ditempel dibeberapa tempat strategis. kemudian menggunanakan metode tertutup dengan menyeleksi beberapa pelamar pekerjaan yang masuk melalui wawancara dan meminta recomendasi pilihan calon pelamar kepada warga sekitar yang berpengalaman dan membutuhkan pekerjaan

3.3.4 Sistem gaji karyawan

Sistem pembayaran upah atau gaji karyawan dilakukan berdasarkan kesepakatan antara karyawan dengan pihak manajemen.

Sistem pembayaran upah/ gaji karyawan dilakukan berdasarkan kesepakatan antara karyawan dengan pihak manajemen. Perusahaan menerapkan 3 kategori dalam sistem pembayaran yaitu :

1. Upah harian/ mingguan yaitu upah yang diberikan perhari yang dikumulatifkan pada akhir minggu.
2. Upah bulanan yaitu upah yang dibayarkan tetap selama satu bulan
3. Upah borongan yaitu upah yang dibayarkan berdasarkan borongan pekerjaan yang dilakukan

Perusahaan menerapkan 3 kategori dalam sistem pembayaran dengan rincian gaji sebagai berikut:

Jabatan	Gaji (Rp)	Jumlah karyawan
Supervisior	4.000.000	1
Juru masak	1.500.000	2

Juru saji	1.200.000	4
Bagian kebersihan	700.000	1
Supir	800.000	1
Kasir	1.500.000	1
Total Gaji	16.800.000	9

Tabel 3.3 Sistem Gaji

3.3.5 Job deskripsi Karyawan

Perencanaa SDM pada proses implementasi usaha soto seger mbok giyem meliputi proses perencanaan kebutuhan SDM. perekrutan. seleksi dan on the *job training*. Pada proses kebutuhan SDM. pemilik cabang merencanakan keutuhan SDM yan meliputi jumlah SDM yang dibutuhkan sesuai kegiatan operasional usaha berikut tabel jumlah dan job deskripsi karyawan:

Posisi	Jumlah	Job Deskripsi
Supervisior	1	Bertanggung jawab atas segala kegiatan operasional bisnis. membuat strategi pemasaran dan membuat laporan bulanan kepada pemilik cabang.
Kasir	1	Menerima pembayaran, menerangkan harga, dan memberikan setoran dan laporan kepada supervisor
Juru masak	2	Bertanggung jawab untuk membuat anggaran belanja bahan makanan yang dibeli. mengolah bumbu dan mempersiapkan bahan makanan. memproduksi menu sesuai dengan pesanan. menjaga kebersihan dan kehigienisan. melakukan inovasi
Juru saji	4	Bertanggung jawab untuk menyambut tamu. menuliskan menu. mengantarkan makanan. membantu kebutuhan tamu. menerangkan produk-produk yang tersedia. menjaga hubungan dan sikap yang baik terhadap tamu.
Supir	1	Bertanggung jawab untuk mengantar kegiatan belanja bahan baku produksi dan membantu menertibkan area parkir
Bagian	1	Bertugas untuk memastikan kondisi area usaha

kebersihan		dalam keadaan bersih; memastikan peralatan masak dan saji dapat digunakan; mencuci dan merawat perkakas yang telah selesai digunakan
Total	9	

Tabel 3.4 Job Deskripsi Karyawan

3.3.6 Realisasi Aspek SDM

Menurut Hasibuan (2006) manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dalam pelaksanaan bisnis. untuk merealisasikan visi dan misi perusahaan membutuhkan sumber daya manusia dengan skill yang baik sesuai kebutuhan organisasi. Dengan dibuatnya bagan organisasi dan jobdeskripsi pekerjaan diharapkan segala aktivitas organisasi dapat berjalan dengan lancar.

1. Supervisor
    - Bertanggung jawab atas segala kegiatan operasional bisnis
    - Melaksanakan kegiatan pemasaran baik secara online maupun offline.
    - Membuat laporan bulanan yang diserahkan kepada Pemilik Cabang Soto Seger Mbok Giyem.
    - Berkoordinasi dengan seluruh karyawan dan memastikan segala kegiata operasional berjalan dengan lancar.
    - Membuat laporan payroll bulanan untuk
2. Kasir
    - Bertanggung jawab atas segala kegiatan transaksi dan keuar masuknya kas perusahaan

- Membuat laporan harian yang diserahkan pada supervisior
- Membuat laporan bulanan

3. Juru masak
    - Bertanggung jawab terhadap kegiatan memasak
    - Menyiapkan bahan baku produksi soto
    - Memastikan ketersediaan bahan memasak soto
    - Wajib menjaga higienitas masakan
    - Memasak sesuai dengan resep dan tata cara yang berlaku
4. Juru saji
    - Bertanggungjawab atas peralatan saji (inventaris)
    - Menjaga kebersihan peralatan saji yang digunakan
    - Menerima pesanan order dari pelanggan
5. Sopir
    - Mengantar berbelanja bahan baku
    - Memastikan ketertiban area parkir
6. Bagian kebersihan
    - Merapikan setiap meja dan dinning area
    - Membersihkan lokasi bisnis
    - Mencuci piring dan peralatan yang digunakan
    - Memastikan ketersediaan sarana dan prasarana kebersihan

3.3.7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Aspek SDM

Aspek SDM tidak kalah penting dengan aspek lainnya yang dapat mendukung proses pelaksanaan bisnis. SDM yang berkualitas dapat memberikan

kontribusi yang positif bagi usaha Soto Seger Mbok Giyem. namun pada saat pelaksanaan bisnis ada beberapa kendala yang dihadapi. antara lain:

Rencana	Realisasi
Proses perekrutan karyawan yang dilakukan oleh Soto Seger Mbok Giyem Cabang Kendal menggunakan metode terbuka dengan menyebarkan selebaran yang di tempat ramai seperti swalayan dan menempelkan dibeberapa papan pengumuman di tempat terdekat dengan lokasi usaha	Sudah sesuai Saat pelaksanaan perekrutan karyawan dilakukan menggunakan metode terbuka Akibatnya hanya sedikit calon karyawan yang mengajukan lamaran. Kemudian pada realisasinya pemilik cabang menginformaskan kepada masyarakat sekitar dan beberapa staff untuk mengajak saudara atau rekan yang berpengalaman dan sedang membutuhkan pekerjaan untuk bergabung
Penempatan posisi sesuai dengan jobdeskripsi pekerjaan	Pada bulan kedua dan ketiga terjadi turn over pegawai. akibatnya ada beberapa pegawai yang merangkap pekerjaan sekaligus
Karyawan bekerja sesuai tugasnya	Realisasinya supervisior belum menjalankan fungsinya sesuai dengan jobdeskripsi pekerjaan
Juru masak harus cakap dalam memasak dan berpengalaman	Pada masa awal di realisasinya pemilik cabang harus turun tangan beberapa kali dalam satu bulan untuk memasak soto. dikarenakan juru masak belum cakap untuk memasak soto sesuai dengan standar.

Tabel 3.5 Perbandingan perencanaan dan realisasi Aspek SDM

Proses rekruitment yang direncanakan oleh pemilik menggunakan metode terbuka dan pada realisasinya pemilik mengkombinasikan dengan metode tertutup. Pada saat realisasi pelaksanaan bisnis terjadi ketidaksesuaian jobdeskripsi pada level supervisior hal ini menyebabkan kinerja bisnis kurang optimal. Mengacu pada konsep pendapat Handoko, 2008 bahwa *Job Analysis* (Analisis Jabatan) Analisis jabatan merupakan prosedur untuk menentukan tanggung jawab dan persyaratan, keterampilan dari sebuah pekerjaan dan jenis orang yang akan dipekerjakan. Oleh sebab itu pemilik mengevaluasi kinerja supervisior sehingga kinerja bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang ditargetkan.

Seiring dengan berjalannya bisnis kendala lain disebabkan oleh adanya turnover pegawai yang mengganggu jalannya bisnis. Menurut Handoko (2000:322) menyatakan bahwa turnover merupakan tantangan khusus bagi pengembangan sumber daya manusia. Karena kejadian-kejadian tersebut tidak dapat diperkirakan kegiatan-kegiatan pengembangan harus dipersiapkan setiap saat penggantian karyawan yang keluar. Selain itu tingkat perpindahan kerja karyawan yang terlalu tinggi mengakibatkan biaya yang ditanggung organisasi jauh lebih tinggi dibanding kesempatan memperoleh peningkatan kinerja dari karyawan baru (Suwandi dan Indriartoro ,1999).

Berdasarkan dukungan dari teori dan konsep tersebut maka strategi yang dilakukan oleh pemilik cabang untuk mengantisipasi permasalahan tersebut adalah dengan melatih dua orang atau lebih karyawan juru masak dan memilih satu menjadi juru masak utama. tujuannya adalah dengan mempersiapkan karyawan dengan keahlian memasak soto Seger Mbok Giyem sesuai dengan standar yang ditentukan oleh pemilik sehingga pada saat terjadi turnover pegawai pemilik cabang sudah mendapatkan pengganti yang cakap tanpa harus merekruit karyawan dari luar karena kurang efektif dan efisien. Dengan kata lain pemilik cabang mengutamakan karyawan yang dimiliki untuk diberikan pelatihan dan memaksimalkan kinerja karyawan yang dimiliki saat ini.

3.4 Aspek Keuangan

3.4.1 Struktur modal

Bisnis kuliner Soto Seger “Mbok Giyem” merupakan usaha yang membutuhkan modal dalam jumlah yang besar apalagi sarana dan prasarana usaha

menggunakan sistem kerjasama dengan beberapa pertimbangan. Soto Seger "Mbok Giyem" sudah banyak dikenal luas sebagai salah satu makanan khas kuliner Boyolali dan segmen yang akan digarap sangat terjangkau dari kelas bawah sampai menengah atas. Modal yang digunakan untuk pembangunan usaha ini adalah modal pribadi dan beberapa modal dana pinjamana (non bank). Modal awal yang akan disetor dalam pendirian usaha ini adalah sebesar Rp. 200.000.000,00.

3.4.2 Penggunaan modal

Seperti dalam uraian dalam struktur modal bahwa modal utama yang dibutuhkan dalam pendirian menjalankan usaha Soto Seger "Mbok Giyem", sebesar Rp. 200.000.000 yang digunakan dalam dua komponen pembiayaan yakni pembelian aktiva (persediaan) dan biaya operasional.

RINCIAN BIAYA	JUMLAH
biaya pemasaran	9.250.000
biaya gaji karyawan	16.200.000
biaya sewa	17.500.000
biaya variabel BB	46.029.500
inves dinning area	22.000.000
inves. Perkap saji	2.350.000
inves. Perkap dapur	6.230.000
Investasi Adm	7.937.000
Franchise	30.000.000
biaya RT	1.000.000
biaya lain-lain	1.000.000
total	159.496.500

Tabel 3.6 Rincian Penggunaan Modal

3.4.3 Laporan Laba Rugi

Menurut Kieso (2005) laporan laba rugi (*income statement*) adalah laporan yang mengukur keberhasilan operasi perusahaan selama periode waktu tertentu.

menyediakan informasi yang diperlukan oleh para investor dan kreditor untuk memprediksikan jumlah. penetapan waktu. dan ketidakpastian dari arus kas masa depan. Laporan laba rugi merupakan bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menyajikan unsurunsur pendapatan dan biaya perusahaan sehingga menghasilkan laba atau rugi bersih. Laporan laba rugi bulan Agustus sampai Desember 2016:

Keterangan	Agustus	September	Oktober	November	Desember
pendapatan	77.850.000	87.750.000	107.750.000	118.175.000	122.580.000
totaL pendapatan	77.850.000	87.750.000	107.750.000	118.175.000	122.580.000
franchise	30.000.000				
biaya operasional					
biaya pemasaran	9.250.000	-	-	-	-
biaya sewa temat	17.500.000	-	-	-	-
biaya gaji karyawan	16.200.000	16.200.000	16.200.000	16.200.000	16.200.000
biaya variabel					
persediaan bahan baku	45.540.000	47.817.000	50.207.850	52.718.242,5	55.354.154,63
perlengkapan	489.500	513.975	539.674	566.657	594.990
Total Biaya Operasional	88.979.500	64.530.975	66.947.524	69.484.900	72.149.145
EBITDA	(11.129.500)	23.219.025	40.802.476	48.690.100	50.430.855
Biaya Depresiasi	1.297.500	1.297.500	1.297.500	1.297.500	1.297.500
EBIT	(12.427.000)	21.921.525	39.504.976	47.392.600	49.133.355
Interest	-	-	-	-	-
EBT	(12.427.000)	21.921.525	3.504.976	47.392.600	49.133.355
Tax 10%	1.242.700	2.192.152,50	3.950.497,63	4.739.260,01	4.913.335,51
EAT	11.184.300,00	19.729.372,50	35.554.478,63	42.653.340,06	44.220.019,56

Tabel 2.11 Laba Rugi Selama bulan Agustus-Desember 2016

Laporan laba rugi di atas menghasilkan kenaikan penjualan dan kebutuhan pembelian. perolehan laba bersih selama 4 bulan berjalannya usaha Soto Seger "Mbok Giyem". Adapun laba bersih yang diperoleh selama berjalan sebesar Rp. 155.735.456 Hal ini memberikan asumsi bahwa usaha Soto Seger "Mbok Giyem" laba yang diperoleh selama 4 bulan terakhir terus mengalami peningkatan yang signifikan. sehingga usaha ini sangat cukup menguntungkan.

Pada dasarnya bagi pengusaha khususnya manajemen. laporan laba rugi dapat menjadi informasi untuk menilai sampai seberapa jauh efisiensi biaya dan laba yang dapat dicapai oleh perusahaan atas kinerja yang telah dilakukan. Oleh karena itu. selanjutnya hal ini dapat dijadikan motivasi bagi manajerial dan seluruh karyawan untuk terus berkinerja lebih baik lagi

3.4.4 Analisa keuangan

A. BEP

Analisa BEP digunakan untuk mengetahui batas penjualan menuju titik impas. Analisa perhitungannya adalah Total Pendapatan = Total biaya. Untuk mendapatkan posisi titik impas operating cost sebesar Rp 831.892.520 pertahun. maka perusahaan menjual sebanyak 100.000 mangkok soto dan minum dan 1000 gorengan serta 10.000 sate-satean pertahun Dari perhitungan diatas dapat kita lihat bahwa payback periode nya adalah 7 bulan 5 hari.

B. IRR

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat pengembalian dari modal proyek yang di analisis. Berapa tingkat bunga pada saat NPV=0. Dari perhitungan menggunakan Excel. nilai IRR yang di hasilkan adalah 45.16%. Hal ini menggambakan bahwa IRR lebih besar dari *Cost of capital 10.* Maka sebaiknya usulan proyek tersebut diterima karena menguntungkan. Berdasarkan analisi tingkat kelapayan diperoleh bahwa usaha dalam pendirian Soto Seger “Mbok Giyem” dilihat dari aspek keuangan dinilai layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan usaha ini mmeberikan keuntugan yang cukup besar baik setelah usaha ini berjalan maupun berdasarkan proyeksi pertahunnya.

3.4.5 Analisa Dampak Risiko

1. Dampak terhadap masyarakat sekitar

Dampak dari pembangunan usaha ini terhadap lingkungan sekitar adalah memberikan penghasilan kepada masyarakat sekitarnya. misalkan adanya pelayanan parkir. penjualan asongan rokok. bensin. dll. Selain itu menciptakan lapangan pekerjaan bagi setiap masyarakat yang membutuhkan lapangan pekerjaan selama jumlah karyawan belum mencukupi.

2. Resiko usaha

Risiko usaha merupakan dampak dari kekhawatiran akan permasalahan yang timbul nantinya dalam pendirian usaha ini. yaitu:

- Kenaikan Harga Bahan Baku yang signifikan
- Kenaikan Upah Tenaga Kerja
- Penurunan daya beli masyarakat

Oleh karena itu untuk antisipasi akan resiko yang nantinya terjadi adalah mengkontrol terhadap bahan baku dan bahan pedukung lainnya sehingga harga

dapat efisien dapat efien. Selain itu menjalin hubungan kerja sama dengan pemasok sehingga jika terjadi kenaikan tidak akan terlalu tinggi karena sistem yang dijalankan adalah sebagai pemasok. Sedangkan untuk mengantisipasi upah

tenaga kerja dapat diatasi dengan adanya kesepakatan awal pada saat perekrutan karyawan mengenai gaji. tunjangan dan bonus yang diberikan.

3.4.6 Realisasi Keuangan

Dalam hal ini penulis berfokus pada pengelolaan dana investasi dengan baik untuk memberikan laba yang maksimal ada beberapa poin dalam realisasi keuangan di Soto Segeer Mbok Giyem antara berikut ;

1. Realisasinya modal yang kita gunakan untuk investasi pembukaan cabang baru soto segeer mbok giyem dikendal sekitar 159.496.500 jadi sisa dari modal yang telah dianggarkan kami kami masukkan ke Kas warung
2. Dalam 4 bulan pertama penjualan soto segeer mbok giyem melebihi perencanaan dimana banyak respon yang sangat positif bagi masyarakat kendal sendiri dan respon dari wisatawan yang melewati kendal sehingga mengakibatkan penjualan naik melebihi rencana dan untuk kebutuhan bahan baku sendiri otomatis meningkat sesuai dengan omset penjualan
3. Untuk mendapatkan posisi titik impas operating cost sebesar Rp 831.892.520 pertahun. maka perusahaan menjual sebanyak 100.000 mangkok soto dan minum dan 1000 gorengan serta 10.000 sate-satean pertahun Dari perhitungan diatas dapat kita lihat bahwa payback periode nya adalah 7 bulan 5 hari.
4. Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat pengembalian dari modal proyek yang di analisis. Berapa tingkat bunga pada saat NPV=0. Dari

perhitungan menggunakan Excel. nilai IRR yang di hasilkan adalah 45.16%. Hal ini menggambakan bahwa IRR lebih besar dari *Cost of capital 10*. Maka sebaiknya usulan proyek tersebut diterima karena menguntungkan. Berdasarkan analisi tingkat kelayakan diperoleh bahwa usaha dalam pendirian Soto Seger "Mbok Giyem" dilihat dari aspek keuangan dinilai layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan usaha ini mmeberikan keuntugan yang cukup besar baik setelah usaha ini berjalan maupun berdasarkan proyeksi pertahunnya

3.4.7 Perbandingan Rencana dan Realisasi

Dalam aspek keuangan tidak terjadi banyak perubahan antara perencanaan dan realisasi keuangan. hal ini dikarenakan strategi keuangan yang telah dirancang sepenuhnya dan diimplementasikan dengan baik. Walapun hasil dari implementasi strategi tersebut memberikan laba yang maksimal. Realiasasi strategi keuangan sebagai berikut:

Perencanaan	Realisasi
Modal awal yang akan disetor dalam pendirian usaha ini adalah sebesar Rp. 200.000.000,00.	Realisasinya modal yang kita gunakan untuk investasi pembukaan cabang baru soto segeer mbok giyem dikendal sekitar 159.496.500 jadi sisa dari modal yang telah dianggarkan kami kami masukkan ke Kas warung
Laporan laba rugi di atas menghasilkan kenaikan penjualan sebersar 2% dan kebutuhan pembelian meningkat 2% Perhitungan ini juga memperhatikan kenaikan inflasi sebesar 6.5%	Dalam 4 bulan pertama penjualan soto segeer mbok giyem melebihi perencanaan dimana banyak respon yang sangat positif bagi masyarakat kendal sendiri dan respon dari wisatawan yang melewati kendal sehingga mengakibatkan penjualan naik melebihi rencana dan untuk kebutuhan bahan baku sendiri otomatis meningkat sesuai dengan omset penjualan
BEP dalam 12 bulan	Untuk mendapatkan posisi titik impas operating cost sebesar Rp 831.892.520 pertahun. maka perusahaan menjual sebanyak 100.000 mangkok soto dan

	minum dan 1000 gorengan serta 10.000 sate-satean pertahun Dari perhitungan diatas dapat kita lihat bahwa payback periode nya adalah 7 bulan 5 hari.
IRR yang dihasilkan 45 %	Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat pengembalian dari modal proyek yang di analisis. Berapa tingkat bunga pada saat NPV=0. Dari perhitungan menggunakan Excel. nilai IRR yang di hasilkan adalah 45.16%. Hal ini menggambakan bahwa IRR lebih besar dari *Cost of capital 10*. Maka sebaiknya usulan proyek tersebut diterima karena menguntungkan. Berdasarkan analisi tingkat kelayakan diperoleh bahwa usaha dalam pendirian Soto Seger "Mbok Giyem" dilihat dari aspek keuangan dinilai layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan usaha ini mmeberikan keuntugan yang cukup besar baik setelah usaha ini berjalan maupun berdasarkan proyeksi pertahunnya

Tabel 3.7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Aspek Keuangan

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Bagian kesimpulan terbagi menjadi dua bagian, yaitu kesimpulan bisnis umum dan khusus. Kesimpulan bisnis umum menyimpulkan tentang aspek SDM, Operasi dan keuangan. Sedangkan kesimpulan bisnis khusus menyimpulkan tentang strategi pemasaran 4P.

A. Kesimpulan Bisnis Umum

Rencana bisnis (*business plan*) merupakan perencanaan bisnis yang disusun menjadi dokumen penting yang mendeskripsikani tentang perusahaan. Perencanaan ini meliputi perencanaan sebelum melakukan bisnis, kondisi bisnis saat ini dan dimasa yang akan datang, termasuk gambaran tentang visi dan misi perushaan, dan rencana untuk mewujudkan visi tersebut.

Dengan adanya perencanaan bisnis plan ini pemilik dapat menjalankan bisnis sesuai dengan rencana dan mengevaluasinya jika ada perencanaan yang berbeda dengan realisasi dilapangan. Banyak sekali manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya perencanaan bisnis (*business plan*), manfaatnya antara lain; rencana bisnis jelas, risiko dapat diukur, sumberdaya yang dimiliki dapat diprioritaskan. Berdasarkan hasil analis dan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek Pasar. Membuat perencanaan pada aspek pemasaran adalah yang utama, hal ini dikarenakan aspek ini adalah penentu

tercapainya target pemasaran yang telah ditetapkan, dengan adanya pemetaan target pemasaran tersebut maka bisnis semakin terarah. Untuk target penjualan perusahaan tidak mendapatkan sesuai yang direncanakan. Hal ini terjadi karena cabang Soto Seger Mbok Giyem di Kota Kendal baru berjalan 5 bulan dan harus terus menerus gencar melakukan kegiatan pemasaran agar semakin dikenal oleh mastarakat sekitar, disamping Soto seger telah memiliki nama yang cukup terkenal.

2. Aspek SDM merupakan aspek penting yang mendukung jalannya kegiatan bisnis. Analisa jobdeskripsi sesuai dengan kegiatan operasional adalah sebanyak 6 posisi, dan diisi oleh 9 orang karyawan. Pada saat implementasi bisnis yaitu *turn over* pegawai yang meyebabkan kegiatan operasional tergganggu. Evaluasi yang bisa dilakukan adalah dengan merekruit karyawan untuk menempati posisi yang kosong dan melatih beberapa karyawan yang dimiliki. Tujuannya untuk mengantisipasi adanya karyawan yang mengundurkan diri. Selain itu karyawan yang bekerja diberlakukan sistem kontrak minimal 1 tahun. untuk meminimalkan risiko *turn over* pegawai
3. Aspek operasional meliputi segala kegiatan operasional bisnis dan saling berkaitan. Dalam aspek ini perusahaan mengalami kendala pada saat implementasinya yaitu naik turunnya harga bahan baku produksi yang dapat mengganggu arus kas perusahaan. Oleh

sebab itu perusahaan melebihkan 5% dari anggaran biaya pembelian bahan baku produksi.

4. Aspek Keuangan perusahaan dinilai sangat baik. Jika dilihat dari laporan Rugilaba selama proses pelaksanaan bisnis dalam kurun waktu kurang lebih 5 bulan sejak bulan Agustus hingga Desember 2016 perusahaan mengalami kenaikan pendapatan rata-rata 5% dari tiap bulan kebulan berikutnya. Jika diakumulasikan pendapatan bersih pada bulan Agustus hingga Desember 2016 sebesar Rp 206.984.745.

B. Kesimpulan Bisnis Khusus

Dari analisa pemasaran yang berorientasi pada marketing mix, Soto Seger Mbok Giyem dinilai memiliki potensi yang baik. Hal ini dilihat dari 4 aspek pemasaran yaitu:

1. Produk: menu yang dapat diterima oleh masyarakat dengan jaminan rasa yang enak dan menu pelengkap yang bervariasi
2. Harga: strategi penentuan harga dinilai tepat dengan kondisi pasar didaerah Kendal. Dengan harga Rp 7000 perporsi soto campur dan Rp 10000 soto pisah adalah harga yang terjangkau. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli yang mencerminkan bahwa daya beli dan minat masyarakat cukup tinggi
3. Lokasi: lokasi yang dipilih oleh pemilik sangat strategis dengan realisasi dinning area yang nyaman dan tempat parkir yang

cukup menarik sehingga konsumen tidak khawatir jika membawa kendaraan roda empat.

Aspek pemasaran 4P dari marketing mix tersebut merupakan kunci keberhasilan bisnis, Oleh sebab itu marketing mix harus tetap dievaluasi secara berkala dan dikombinasikan dengan trend bisnis masa kini.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis usulkan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dengan aspek 4P harus dievaluasi secara berkala agar kegiatan pemasaran dapat mengimbangi jalannya bisnis sesuai dengan perkembangan zaman dan dirumuskan lebih detail lagi seingga target pemasaran dapat tercapai
2. Aspek SDM, untuk tahun selanjutnya agar diadakan evaluasi kinerja secara rutin agar karyawan dapat bekerja sesuai dengan jobdeskripsinya dan juga diadakan pelatihan terutama juru masak dengan mendatangkan team dari franchisor, tujuannya adalah untuk menjaga kualitas kinerja dan kualitas soto seger mbok giyem
3. Aspek operasional erat kaitannya dengan seluruh aspe bisnis terutama pada aspek keuangan. Oleh sebab itu anggarana keuangan arus dievaluasi dengan mengantisipasi kenaikan harga

4. Membuat perencanaan bisnis secara detail mulai dari aspek pemasaran. operasional. keuangam hingga SDM.

DAFTAR PUSTAKA

Basu Swasta D. H, T. Hani Handoko.(1997). Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Cetakan Ketiga, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Handoko, T. Hani. (2000). Manajemen. Edisi 2. Yogyakarta. BPFE.

Harahap, Sofyan Syafr. (2004). Akuntansi Aktiva Tetap. Edis Ketiga. Jakarta: Penertib PT. Raja Grafindo

Hasibuan, Malayu. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Cekatan PT. Bumi Aksara

Heizer, Jay dan Berry Render. (2009). Manajemen Operasi Buku Edisi 9. Jakarta: Salemba 4

Herjanto, Eddy. (2007). Manajemen Operasi. Jakarta: Grasindo

Kieso, E Donald and Weygand, Jerry J and Warfield, D Terry. (2002). Akuntansi Intermediate, Edsi kesepuluh, Jakarta:Erlangga

Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanan. Implementasi dan Kontrol. Edisi Revisi, Jilid 1

M. Nafarin. (2000). Penganggaran Perusahaan. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat

Rachmawati, Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal. Universitas Negeri Semarang. Semarang

Rahmawati, Suci. 2009. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Tingkat Permitaan Efektif Konsumen di Wisata Kuliner Langen Bogan Surakarta Tahun 2009*. Skripsi. UNS. Surakarta

Simamora, Henry. (1997). Manajemen Sumber Daya Manusa. Yogyakarta: STIE YKPN