

BAB IV

RISOLES BUNDA BOGOR

4.1. Latar Belakang Usaha

Pada awalnya usaha ini didirikan pada Akhir 2008 dengan sistim penjualan melalui beberapa toko kue dan kantin karyawan, selain itu usaha ini juga menerima pesanan. Melihat dari perkembangan usaha ini yang menjanjikan, maka pemilik usaha berkeinginan untuk lebih meningkatkan usaha menjadi sebuah usaha yang memiliki nama dan lokasi usaha dimana produk riseoles agar lebih dikenal oleh masyarakat terutama di kawasan Kompleks Perumahan Indraprasta Bogor.

Risoles Bunda Bogor yang akhirnya dipilih sebagai sebuah nama usaha, dimana usaha makanan ringan yang didirikan tersebut bertujuan untuk menambah khasanah jenis makanan ringan di Kota Bogor. Selama ini Kota Bogor merupakan salah satu kota tujuan wisata kuliner di Jawa Barat selain Bandung, diharapkan mampu untuk menjadi alterative penyedia jajanan makanan ringan. Saat ini memang telah banyak jenis makanan ringan di Kota Bogor seperti Pizza, Pastel, klapertart, macaroni bahkan riseoles sendiri telah ada, namun dengan hadirnya Risoles Bunda ini alternative pilihan masyarakat Kota Bogor, khususnya Kelurahan Tegalgundil Kecamatan Bogor Utara akan terpenuhi dengan berbagai aneka macam riseoles yang ditawarkan oleh Risoles Bunda Bogor.

Untuk kawasan Kelurahan Tegalgundil di Kecamatan Bogor Utara adalah merupakan daerah yang belum banyak dimasuki oleh beberapa usaha makanan ringan terutama jenis makanan ringan riseoles sehingga segmen pasar dari Risoles Bunda sangat luas. Namun untuk pesaing yang tidak sejenis seperti pizza, burger, roti dan aneka gorengan lain telah terlebih dahulu tersedia.

Saat ini usaha Risoles Bunda dibuka didaerah Kompleks Indraprasta II, yang merupakan segmen pasar yang masih terbuka lebar dan target konsumen yang dituju adalah Warga Kelurahan Tegalgundil, Kecamatan Bogor Utara dengan tujuan memudahkan untuk mendapatkan riseoles yang panas atau hangat lebih cepat.

Usaha ini merupakan kelompok usaha mikro diharapkan dengan berkembangnya usaha ini akan menjadi usaha kecil yang menjanjikan dimasa akan datang. Usaha mikro ini agar lebih terarah dalam menjalankan dan mengembangkannya diperlukan adanya suatu Rencana Usaha. Meskipun Risoles Bunda merupakan usaha skala mikro sesuai dengan hasil Sensus Ekonomi 2006, yaitu Kelompok Usaha berdasarkan jumlah omset $\leq 50.000.000,-$ (Lima puluh juta) pertahun dan mempunyai tenaga kerja ≤ 5 (Lima) orang, diharapkan dengan pengembangannya kedepan mampu menjadi Usaha Kecil. Untuk mendukung pengembangan usaha tersebut dibutuhkan suatu rencana usaha yang baik karena rencana usaha itu sendiri merupakan sebuah dokumen dan menjadikannya sebuah tuntunan atau arahan dimasa yang akan datang.

4.2. Kondisi Usaha Saat Ini

Setiap usaha baru maupun yang sudah berjalan dan mengalami kesuksesan seringkali dianggap pengelola atau pengusaha merupakan kesuksesan yang kekal dan stabil. Padahal jika dilihat bahwa lingkungan bisnis itu sangat dinamis dan harus dilakukan dengan berbagai cara jitu untuk mempertahankan kesuksesan tersebut. Salah satu cara agar perusahaan bertahan dan bisa berkembang diperlukan proses pengangkatan usahanya agar selalu tumbuh pada tingkatan yang diinginkan. Saat usaha dalam kondisi stabil justru pengusaha harus mengangkat usahanya dan jangan sampai terjadi penurunan. Tetapi tidak semua pengusaha yang mempunyai keberuntungan dalam mempertahankan usahanya, keberuntungan merupakan wujud dari kerja keras dalam mengelola resiko, jadi sangatlah keliru jika anggapan bahwa memulai usaha syarat utamanya adalah modal.

Pada bahasan selanjutnya akan diuraikan bagaimana usaha Risoles Bunda dalam melakukan strategi yang telah dijalankan dan kemungkinan dilakukannya pengembangan usaha di masa datang, sebagai berikut :

4.2.1. *Segmenting* atau Pembagian Pasar

Bagian ini akan menjelaskan bahwa Kecamatan Bogor Utara merupakan pasar dan diperlukan segmentasi agar pasar tersebut tidak terlalu luas dan lebih fokus dalam kegiatan pemasaran nantinya. Berdasarkan data yang ada bahwa Kecamatan Bogor Utara terdiri dari 8 Kelurahan dengan luas 1,772 ha dengan jumlah penduduk sebesar 136,005 jiwa serta tingkat kepadatan 72 jiwa/ha. Sedangkan untuk Kelurahan Tegalgundil memiliki 17 Rukun Warga dan 97 Rukun Tetangga.

Pemetaan pasar atau segmentasi pasar tersebut menggunakan variable demografi yaitu melakukan segmentasi dengan karakteristik khusus yang menggambarkan profil konsumen dan daya beli mereka. Variabel Demografi tersebut menggunakan Strategi Segmentasi Tunggal yang berarti bahwa perusahaan memang mengenal beberapa perbedaan pasar yang ada dan akan tetapi yang dipilih adalah satu segmen saja yang menawarkan keuntungan terbesar maka strategi yang dipakai adalah strategi segmentasi tunggal.

Pendekatan segmentasi tunggal adalah strategi paling bijaksana untuk bisnis kecil untuk digunakan dalam usaha pemasaran awal usaha karena pendekatan tersebut memungkinkan bisnis kecil untuk mengkhususkan diri dan membuat sumber-sumber terbatas, sehingga image perusahaan akan mudah untuk memasuki pasar baru.

4.2.2. *Targeting* atau Menetapkan Target

Sebagai bahan pertimbangan oleh Risoles Bunda maka dipilih Kelurahan Tegalgundil sebagai target pasar yang potensial, pertimbangan tersebut dilakukan mengingat Lokasi Produksi berada pada Kelurahan Tegalgundil, kompetitor atau pesaing usaha sejenis tidak ada.

Tujuan Survei :

Tujuan dilakukan survei ini adalah untuk mengetahui sejauh mana produk Risoles Bunda dapat diterima dan diinginkan oleh konsumen yang merupakan target pasar dari Risoles Bunda, selain itu manfaat yang diharapkan dengan

dilakukan survei tersebut adalah perusahaan dapat memperoleh informasi dari hasil survei tersebut dapat dijadikan acuan atau pedoman dalam mengembangkan usaha dimasa datang. Hasil survei seperti keinginan konsumen dalam membeli makanan ringan dan factor yang mendorong mereka dalam membeli makanan tersebut selain sebagai acuan dapat juga menjadi penentu strategi dalam menjalankan strategi pemasaran dan penjualan.

Pada penentuan target pasar ini langkah yang dilakukan adalah dengan menyebarkan pertanyaan atau *questionnaire*, untuk mengetahui sejauh mana produk yang ditawarkan diterima oleh masyarakat, adalah dengan melakukan Survei yang disertai dengan panduan daftar pilihan makanan ringan sebanyak 10 (Sepuluh) jenis makanan ringan serta alasan dalam membeli makanan ringan tersebut, ada 5 kriteria, yang diberikan kepada 34 (Tigapuluh Empat) responden di Kelurahan Tegalgundil Kecamatan Bogor Utara, yaitu Makanan Ringan (Berbahan Baku Tepung) yang ingin dibeli.

Alasan pemilihan responden tersebut adalah melihat bahwa segmentasi pasar dari produk risoles adalah merupakan kawasan Kelurahan Tegalgundil, maka responden yang dipilih merupakan sampel dari populasi di wilayah Kelurahan Tegalgundil dan dibedakan berdasarkan :

1. Lokasi :

Warga Kelurahan Tegalgundil. Sampel yang dipilih adalah merupakan responden yang dari setiap Rukun Warga dipilih 2 (Dua) orang masing masing diwakili oleh 1 Rukun Tetangga.

Hal ini berdasarkan segmentasi yang dilakukan oleh Risoles Bunda yaitu Single Segment Concentration maksudnya adalah perusahaan dapat memilih satu segmen saja. Perusahaan lebih bisa mencapai posisi yang kuat berasal disatu segmen.

2. Berdasarkan Pekerjaan :

Karakteristik dari pelanggan potensial produk dari Risoles Bunda adalah dari semua kalangan. Sehingga Target Pasar ditetapkan berdasarkan pekerjaan yang dibedakan menjadi 3 (Tiga) kelompok, yang terdiri dari :

- a. Pelajar / Mahasiswa,
- b. Ibu Rumah Tangga
- c. Karyawan.

3. Berdasarkan Penghasilan :

Karena target berdasarkan pekerjaan yang terdiri dari 3 kelompok maka penentuan target berdasarkan penghasilan akan mengikuti target berdasarkan pekerjaan tersebut, yaitu :

- a. Belum mempunyai penghasilan.
- b. Berpenghasilan $\leq 2,5$ Juta per bulan.
- c. Berpenghasilan $\geq 2,5$ juta per bulan.

Dari hasil survey dapat dihasilkan analisa sebagai berikut :

1. Dari pertanyaan yang diajukan bahwa makanan ringan (berbahan baku dari tepung terigu) yang ingin dibeli atau dipilih untuk dibeli :

Pertanyaan Pertama : “Jenis makanan ringan, yang terbuat dari bahan baku tepung yang ingin dibeli?”

Penulis memberikan pertanyaan kepada responden untuk memilih salah satu jawaban yang ada didalam kolom yang tersedia yang terdiri dari :

Pilihan	Jenis Makanan
	Tahu goreng
	Pisang Goreng
	Bakwan Goreng
	Roti Unyil
	Risoles
	Martabak Unyil
	Burger
	Kebab
	Pastel
	Otak – otak

2. Pertanyaan Kedua : “Apa yang menjadi alasan jika membeli makanan ringan tersebut?”

Penulis memberikan pertanyaan kepada responden untuk memilih salah satu jawaban yang ada didalam kolom yang tersedia yang terdiri dari :

Pilihan	Jenis Makanan
	Rasanya Enak
	Harganya Murah
	Lokasi Yang Dekat
	Fasilitas Yang Diberikan
	Lain-lain

Maka diperoleh analisa data sebagai berikut :

1. Dari hasil pertanyaan pertama diperoleh sebagai berikut :

Urutan	Jenis Makanan	Jumlah	%
1	Roti Unyil	8	23,53
2	Tahu Goreng	7	20,59
3	Risoles	6	17,65
4	Pisang Goreng	3	8,82
5	Bakwan Goreng	3	8,82
6	Kebab	2	5,88
7	Burger	2	5,88
8	Martabak Unyil	1	2,94
9	Pastel	1	2,94
10	Otak – otak	1	2,94
	Jumlah	34	100

- Bahwa responden yang memilih produk risoles adalah sebesar 17,65% menempati urutan ketiga.
- Responden lebih banyak memilih Roti Unyil karena kekuatan dari brand Roti Unyil.

- Peluang untuk lebih meningkatkan pengembangan usaha oleh Risoles Bunda masih terbuka luas.

2. Dari hasil pertanyaan kedua diperoleh data sebagai berikut :

Urutan	Jenis Makanan	Jumlah	%
1	Rasanya Enak	11	32,35
2	Harganya Murah	9	26,47
3	Lokasi Yang Dekat	9	26,47
4	Fasilitas Yang Diberikan	4	11,76
5	Lain-lain	1	2,94
	Jumlah	34	100

- Bahwa alasan responden dalam memilih makanan ringan yang paling utama adalah rasa yang enak. Dengan harga yang murah dan mendapatkan kualitas rasa yang enak merupakan pilihan responden dalam menentukan keputusan membeli makanan tersebut meskipun lokasi penjualan produk makanan ringan tersebut terletak jauh.
- Meskipun ditawarkan fasilitas yang akan diberikan oleh pengusaha makanan ringan seperti pesan antar, responden lebih memilih datang ke lokasi penjualan produk tersebut.
- Faktor lain-lain seperti hubungan kekerabatan, hubungan pekerjaan tidak menjadi alasan penting responden dalam menentukan pilihan membeli makanan ringan tersebut.

4.2.3. *Positioning* atau Memposisikan Produk

Positioning adalah bagaimana memposisikan sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Dalam hal ini termasuk brand image, manfaat yang dijanjikan serta competitive advantage. Inilah alasan kenapa konsumen memilih produk suatu perusahaan bukan

produk pesaing. Pada tahap ini positioning adalah merupakan komunikasi untuk memasuki pasar dimana tujuannya adalah produk yang ditawarkan agar lebih diterima oleh konsumen.

Pada tahap memposisikan ini, dengan melihat hasil survei yang dilakukan bahwa hasil yang ada sangat mendukung Risoles Bunda untuk memasarkan produk yang dihasilkan, karena hasil survey tersebut menunjukkan bahwa makanan ringan risoles diminati oleh konsumen serta produk dari Risoles Bunda yang enak, murah. Posisi produk yang ditawarkan oleh Risoles Bunda yang membedakan dengan produk pesaing yang merupakan keunggulannya adalah :

1. Kualitas rasa yang terjamin.

Dengan kontrol kualitas yang dilakukan dan sebagian proses produksi utama dilakukan oleh pemiliknya sendiri maka kualitas rasa dijamin dapat memenuhi kebutuhan akan keinginan konsumen yang menginginkan makanan ringan yang rasanya enak.

2. Menawarkan berbagai variasi risoles.

Saat ini produk Risoles Bunda telah memiliki 6 (Enam) variasi jenis risoles yang terdiri dari Risoles Ayam, Risoles Udang, Risoles Sosis, Risoles Roghout Ayam, Risoles Coklat Keju dan Risoles Pizza. Merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi Risoles Bunda memiliki 6 variasi jenis risoles karena para competitor tidak memilikinya.

3. Harga yang terjangkau.

Dengan harga per buah risoles Rp. 2,500,- sesuai dengan kondisi kemampuan daya beli masyarakat Kelurahan Tegal Gundil berdasarkan pengamatan penulis, hal ini bila dibandingkan dengan harga dari makanan ringan lain.

4. Produk dalam kondisi panas / hangat.

Produk dijamin dalam kondisi panas dan minimal hangat, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dari produk tersebut. Pemenuhan kebutuhan kepada konsumen akan kondisi risoles dalam keadaan panas dilakukan dengan menggoreng risoles pada saat konsumen membeli atau memesannya.

5. Lokasi yang tidak terlalu jauh.

Dengan Model Gravitasi adalah model yang paling banyak digunakan untuk melihat besarnya daya tarik dari suatu potensi yang berada pada suatu lokasi. Model ini sering digunakan untuk melihat kaitan potensi suatu lokasi dan besarnya wilayah pengaruh dari potensi tersebut. Model ini dapat digunakan untuk menentukan lokasi yang optimal.

6. Pembelian dapat dilakukan dengan pesan antar.

Konsumen dalam melakukan pembelian dapat melalui pesanan dan diantar tanpa dikenakan biaya tambahan, dengan catatan bahwa pembelian oleh konsumen minimal 20 buah maka pesanan tersebut akan diantar ke tempat konsumen.

4.3. Penyusunan Rencana Usaha

Keinginan dari pemilik usaha Risoles Bunda untuk lebih meningkatkan usaha ini lebih besar sehingga diharapkan lebih meningkatkan keuntungan. Guna mendukung pengembangan usaha tersebut maka dibutuhkan Rencana Usaha apalagi dalam mengembangkan usaha agar menjadi lebih besar dengan tingkat keuntungan yang signifikan.

Penjelasan pada teori terdahulu diharapkan dapat disusun Rencana Usaha yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan usaha risoles tersebut, maka pada bagian selanjutnya akan dijelaskan bagaimana

menyusun rencana usaha tersebut berdasarkan kondisi saat ini. Penyusunan rencana usaha tersebut adalah sebagai berikut :

1. Membuat Ringkasan Eksekutif

Dalam membuat Ringkasan Eksekutif sedapat mungkin dibuat dengan singkat dan informatif agar pihak lain yang membaca dapat memahami usaha yang dijalankan.

a. Perusahaan :

Risoles Bunda sebuah usaha berskala mikro yang menyediakan produk makanan ringan risoles adalah merupakan salah satu usaha berkembang di Kawasan Kelurahan Tegalgundil. Saat ini usaha tersebut dimiliki dan dikelola oleh Sdri. Julie Isnawati.

b. Produk :

Risoles Bunda menyediakan produk makanan ringan yang ditujukan untuk konsumen di wilayah Kelurahan Tegalgundil Kecamatan Bogor Utara. Usaha ini menawarkan berbagai variasi risoles dengan harga yang terjangkau dan lokasi yang tidak terlalu jauh.

c. Target Pasar :

Kondisi dari Kelurahan Tegalgundil yang memiliki 17 Rukun Warga dan 97 Rukun Tetangga dengan jumlah penduduk sebesar 29,904 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebesar 2,538 kk. Maka dengan lokasi usaha di Jalan Pandu Raya No. 176, target pasar yang dituju adalah Warga masyarakat di Kelurahan Tegalgundil.

d. Kompetisi :

Tidak ada pesaing yang sejenis dalam usaha makanan ringan risoles, ini menunjukkan kesempatan pasar yang besar. Sedangkan untuk menghadapi kompetisi yang akan terjadi jika ada usaha yang sejenis, maka Risoles Bunda mempertahankannya dengan menjaga kualitas dan selalu melakukan inovasi.

e. Strategi Pemasaran dan Penjualan :

Pemasaran yang dilakukan oleh Risoles Bunda yaitu dengan melakukan pembuatan brosur dan memasang iklan di media cetak lokal Kota Bogor. Sedangkan tenaga penjualan dilakukan oleh tenaga yang terlatih untuk menunjang agar kualitas produk yang dihasilkan tidak mengecewakan konsumen.

f. Operasional :

Risoles Bunda mempunyai tempat usaha di Jalan Pandu Raya No. 176 dengan menawarkan 6 (Enam) macam variasi risoles. Dengan tempat usaha yang tidak jauh dari konsumen maka konsumen akan mendapatkan kualitas produk yang terjamin.

g. Manajemen :

Pengelola sekaligus pemilik dari usaha Risoles Bunda adalah Sdri. Julie Isnawati yang telah mempunyai pengalaman dalam membuat makanan ringan. Untuk memproduksi makanan ringan risoles tersebut pengelola dibantu oleh 2 orang tenaga kerja, 1 orang dalam bidang produksi dan 1 orang lagi dalam bidang penjualan.

h. Pengembangan Usaha :

Di masa mendatang akan membuka gerai untuk lebih meluaskan pasar dan tujuannya adalah menjadi market leader dalam usaha makanan ringan risoles.

i. Keuangan :

Strategi dalam keuangan adalah Risoles Bunda mendapatkan keuntungan pada sebesar 26%. Proyeksi pendapatan pada bulan pertama adalah sebesar Rp, 3,750,000,-, dan pada Akhir Semester I saldo kas akhir yang diharapkan sebesar Rp, 6,832,700,-.

2. Membuat Diskripsi Perusahaan

a. Nama, Tempat Produksi dan Tempat Usaha :

Risoles Bunda Bogor adalah sebuah usaha mikro yang menyediakan makanan ringan risoles kepada konsumen di Kelurahan Tegalgundil Kecamatan Bogor Utara. Tempat produksi dari usaha makanan ringan tersebut bertempat di Jalan Bhisma 2 No. 14, Kompleks Indraprasta 2 Bogor, sedangkan tempat menjalankan usaha terletak di Jalan Pandu Raya No. 176 Bogor.

b. Kepemilikan dan Status Hukum :

Risoles Bunda Bogor dimiliki dan dikelola oleh Julie Isnawati dan status hukum dari usaha tersebut tidak ada karena merupakan usaha yang dijalankan merupakan kategori usaha berskala mikro.

c. Sejarah dan perkembangan usaha :

Pada awalnya usaha ini didirikan pada Akhir 2008 dengan sistim penjualan melalui beberapa toko kue dan kantin karyawan, selain itu usaha ini juga menerima pesanan. Melihat dari perkembangan usaha ini yang menjanjikan, maka pemilik usaha berkeinginan untuk lebih meningkatkan usaha menjadi sebuah usaha yang memiliki nama dan lokasi usaha dimana produk riseoles agar lebih dikenal oleh masyarakat terutama di kawasan Kompleks Perumahan Indraprasta Bogor.

Risoles Bunda Bogor yang akhirnya dipilih sebagai sebuah nama usaha, dimana usaha makanan ringan yang didirikan tersebut bertujuan untuk menambah khasanah jenis makanan ringan di Kota Bogor. Selama ini Kota Bogor merupakan salah satu kota tujuan wisata kuliner di Jawa Barat selain Bandung, diharapkan mampu untuk menjadi alterative penyedia jajanan makanan ringan. Saat ini memang telah banyak jenis makanan ringan di Kota Bogor seperti Pizza, Pastel, klapertart, macaroni bahkan risoles sendiri telah ada, namun dengan hadirnya Risoles Bunda ini alternative pilihan masyarakat Kota Bogor, khususnya Kelurahan

Tegal Gundil Kecamatan Bogor Utara akan terpenuhi dengan berbagai aneka macam risoles yang ditawarkan oleh Risoles Bunda Bogor.

Untuk kawasan Kelurahan Tegal Gundil di Kecamatan Bogor Utara adalah merupakan daerah yang belum banyak dimasuki oleh beberapa usaha makanan ringan terutama jenis makanan ringan risoles sehingga segmen pasar dari Risoles Bunda sangat luas. Namun untuk pesaing yang tidak sejenis seperti pizza, burger, roti dan aneka gorengan lain telah terlebih dahulu tersedia.

Saat ini usaha Risoles Bunda dibuka di daerah Kompleks Indraprasta II, yang merupakan segmen pasar yang masih terbuka lebar dan target konsumen yang dituju adalah Warga Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara dengan tujuan memudahkan untuk mendapatkan risoles yang panas atau hangat lebih cepat.

Usaha ini merupakan kelompok usaha mikro diharapkan dengan berkembangnya usaha ini akan menjadi usaha kecil yang menjanjikan dimasa akan datang. Usaha mikro ini agar lebih terarah dalam menjalankan dan mengembangkannya diperlukan adanya suatu Rencana Usaha. Meskipun Risoles Bunda merupakan usaha skala mikro sesuai dengan hasil Sensus Ekonomi 2006, yaitu Kelompok Usaha berdasarkan jumlah omset $\leq 50.000.000,-$ (Lima puluh juta) pertahun dan mempunyai tenaga kerja ≤ 5 (Lima) orang, diharapkan dengan pengembangannya kedepan mampu menjadi Usaha Kecil. Untuk mendukung pengembangan usaha tersebut dibutuhkan suatu rencana usaha yang baik karena rencana usaha itu sendiri merupakan sebuah dokumen dan menjadikannya sebuah tuntunan atau arahan dimasa yang akan datang.

d. Sumber Pendanaan :

Dana perusahaan sampai saat ini berasal dari pemilik usaha Risoles Bunda dengan jumlah sebesar Rp, 7,000,000,- .

3. Menetapkan Target Pasar

Kondisi dari Kelurahan Tegalgundil yang memiliki 17 Rukun Warga dan 97 Rukun Tetangga dengan jumlah penduduk sebesar 29,904 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebesar 2,538 kk. Maka dengan lokasi usaha di Jalan Pandu Raya No. 176, target pasar yang dituju adalah Warga masyarakat di Kelurahan Tegalgundil. Kelurahan Tegalgundil sendiri merupakan area atau kawasan kompleks perumahan seperti Komplek Perumahan Indraprasta I dan II, Komplek Perumahan Villa Citra I, II dan III, Komplek Perumahan Bantarjati Indah dan Komplek Perumahan IPB Baranangsiang IV.

4. Kompetisi

Melakukan identifikasi terhadap kompetisi yang dihadapi oleh Risoles Bunda yaitu :

Jenis Kompetisi	Kekuatan	Kelemahan
Aneka Kue Larasati (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan berbagai macam roti dan termasuk Agen Penjual roti Unyil	Harga yang mahal, 1 buah roti seharga Rp. 1,150,-
Burger Bathok (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan 3 (Tiga) Jenis burger dan Lokasi yang berada di Pertokoan Villa Indah Pajajaran.	Harga yang mahal, berkisar antara Rp. 7,000,- s/d Rp. 9,000,-
Tahu Goreng Sumedang (Kompetitor Tidak Langsung)	Lokasi Penjualan di Area Pertokoan Bangbarung	Lokasi parkir yang susah (berada di perempatan jalan)
Mak Cik Pastel (Kompetitor Langsung)	Menawarkan berbagai macam aneka makanan ringan	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Selatan
Risoles Mayonais Mama (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Tengah
American Risoles (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Tengah
Otak-otak Eco Raos (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan 1 (Satu) jenis otak-otak.	Target pasar terbatas hanya ditujukan kepada pembeli Ayam Geprek Eco Raos
Pastel & Pizza	Menawarkan berbagai jenis Pastel dan Pizza	Harga yang berkisar antara Rp. 6,500,- s/d Rp. 13,000,-

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan bahwa konsumen dalam menentukan keputusan membeli makan ringan tidak terpengaruh oleh factor lokasi yang dekat dengan tempat tinggal mereka, sehingga kompetitor Risoles Bunda tidak hanya berada target pasar yang sama.

Dari daftar diatas jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh Risoles Bunda, maka keunggulan dari Risoles Bunda adalah sebagai berikut :

1. Kualitas rasa yang terjamin.

Dengan kontrol kualitas yang dilakukan dan sebagian proses produksi utama dilakukan oleh pemiliknya sendiri maka kualitas rasa dijamin dapat memenuhi kebutuhan akan keinginan konsumen yang menginginkan makanan ringan yang rasanya enak.

2. Menawarkan berbagai variasi risoles.

Saat ini produk Risoles Bunda telah memiliki 6 (Enam) variasi jenis risoles yang terdiri dari Risoles Ayam, Risoles Udang, Risoles Sosis, Risoles Roghout Ayam, Risoles Coklat Keju dan Risoles Pizza. Merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi Risoles Bunda memiliki 6 variasi jenis risoles karena para kompetitor tidak memilikinya.

3. Harga yang terjangkau.

Dengan harga per buah risoles Rp. 2,500,- sesuai dengan kondisi kemampuan daya beli masyarakat Kelurahan Tegal Gundil berdasarkan pengamatan penulis, hal ini bila dibandingkan dengan harga dari makanan ringan lain.

4. Produk dalam kondisi panas / hangat.

Produk dijamin dalam kondisi panas dan minimal hangat, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dari produk tersebut. Pemenuhan kebutuhan kepada konsumen akan kondisi risoles dalam keadaan panas dilakukan dengan menggoreng risoles pada saat konsumen membeli atau memesannya.

5. Lokasi yang tidak terlalu jauh.

Dengan Model Gravitasi adalah model yang paling banyak digunakan untuk melihat besarnya daya tarik dari suatu potensi yang berada pada suatu lokasi. Model ini sering digunakan untuk melihat kaitan potensi suatu lokasi dan besarnya wilayah pengaruh dari potensi tersebut. Model ini dapat digunakan untuk menentukan lokasi yang optimal.

6. Pembelian dapat dilakukan dengan pesan antar.

Konsumen dalam melakukan pembelian dapat melalui pesanan dan diantar tanpa dikenakan biaya tambahan, dengan catatan bahwa pembelian oleh konsumen minimal 20 buah maka pesanan tersebut akan diantar ke tempat konsumen.

5. Rencana Pemasaran dan Penjualan

Perlu diingat bahwa setiap usaha mempunyai pesan dalam pemasarannya sebagai alat yang efektif dalam pasar yang dituju. Pesan yang dimaksud sebaiknya berbeda dengan kompetitor yang ada, dalam hal ini Risoles Bunda membuat pesan dengan tujuan membedakan dengan kompetitor yang lain adalah dari segi kualitas sehingga konsumen akan lebih mudah mengingat pesan dari produk tersebut.

Pesan yang hendak disampaikan oleh Risoles Bunda adalah : **“Pas Selagi Panas”**, pesan ini menunjukkan bahwa nilai yang ingin disampaikan oleh Risoles Bunda adalah kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen. Perbedaan kualitas dengan usaha lain yang ditawarkan oleh Risoles Bunda adalah setiap konsumen dalam membeli produk Risoles Bunda dalam keadaan panas dan minimal masih dalam keadaan hangat.

Selain dengan pesan yang disampaikan, rencana pemasaran juga dilakukan dengan :

1. Memasang iklan pada media cetak lokal :

Pemuatan iklan pada media cetak Koran Jual Beli sebanyak 2 Kali terbit, Format Iklan Display Warna Ukuran 7,8 cm X 7,5 cm dengan biaya Rp. 375.000,- (Tiga ratus tujuh puluh lima ribu rupiah).

2. Mencetak brosur :

Pembuatan brosur adalah untuk menunjang kekuatan produk agar dikenal oleh pasar. Brosur dibuat dengan menggunakan kualitas kertas biasa (HVS) agar lebih murah dan terjangkau. Pembuatan brosur tersebut sebanyak 1 (Satu) rim atau sejumlah 500 lembar dan setiap lembar dapat dibagi menjadi 2 bagian (2 brosur). Biaya yang diperlukan untuk mencetak brosur tersebut sebesar Rp. 110.000,- (Seratus sepuluh ribu rupiah).

3. Melalui media komunikasi :

Short Message Service atau SMS merupakan media yang sangat cocok untuk dilakukan mengingat bahwa saat ini media komunikasi tersebut sudah menjadi kebutuhan hidup bagi masyarakat kita. Pemilik usaha Risoles Bunda dalam memperkenalkan produk baru yaitu Risoles dengan isi yang lain

atau inovasi baru lebih efektif dalam memperkenalkannya melalui SMS.

Untuk rencana penjualan target atau sasaran yang hendak dicapai adalah menentukan jumlah penjualan agar mencapai titik Impas agar dalam pengembangan usaha nantinya dapat memberikan keuntungan yang signifikan. Dalam menentukan target jumlah penjualan tersebut Pemilik usaha Risoles Bunda berdasarkan atas catatan pembukuan penjualan masa lalu dan prediksi penjualan yang akan terjadi. Sedangkan pada tenaga penjualan yang ada pada Risoles Bunda adalah tenaga yang terampil dalam menghasilkan produk sehingga sesuai dengan harapan konsumen. Sistem penggajian dari tenaga penjualan tersebut adalah dengan gaji perbulan sebesar Rp. 450,000,- dengan waktu kerja mulai Jam 09.00 – 16.00 WIB.

6. Operasional

Aspek Operasional ini mencakup beberapa faktor dari mulai Lokasi dan fasilitas, Proses produksi atau pembuatan, Peralatan dan teknologi, Kontrol kualitas dan Layanan kepada konsumen. Faktor tersebut agar dirinci sehingga mudah untuk dimengerti dan tidak oleh terlalu rumit.

1. Faktor Lokasi dan fasilitas :

Lokasi yang dipilih sebagai lokasi tempat menjual produk adalah di Jalan Pandu Raya No. 176, Bogor. Status dari lokasi usaha tersebut adalah sewa tempat atau lahan. Sedangkan fasilitas yang ada tidak disediakan oleh pemilik lahan dan harus disediakan oleh pemilik usaha sendiri seperti etalase dan tenda.

Dipilihnya lokasi di Jalan Pandu Raya tersebut adalah menghemat biaya operasional dari segi transportasi dan untuk lokasi ini dianggarkan biaya sebesar Rp. 100,000,- per bulan.

2. Faktor Proses Produksi :

Proses produksi pembuatan risoles dilakukan oleh 2 orang tenaga kerja, 1 orang tenaga kerja bertugas menyiapkan bahan baku mulai dari bahan baku isi dan bahan baku kulit, 1 orang tenaga kerja lagi bertugas sebagai juru masak untuk membuat isi risoles yang dilakukan oleh pemilik sekaligus pengelola. Proses pembungkusan isi risoles dengan kulit dilakukan oleh kedua tenaga kerja tersebut. Biaya yang diperlukan untuk produksi sebesar Rp, 1,733,000,- per bulan.

3. Faktor Peralatan dan Teknologi :

Peralatan dan teknologi yang digunakan merupakan peralatan masak biasa yang digunakan oleh kebanyakan orang seperti pisau, telenan, tempat bahan baku atau ember, kompor, wajan, dan blender untuk membuat adonan kulit serta teflon pembuat kulit.

4. Faktor Kontrol Kualitas :

Kontrol atas kualitas isi dan kulit risoles dilakukan oleh pengelola. Hal ini dilakukan agar kualitas yang dijanjikan kepada konsumen benar - benar terjaga. Sedangkan kualitas terhadap segi finansial dikendalikan sepenuhnya oleh pengelola yang sekaligus pemilik usaha Risoles Bunda.

5. Faktor Layanan Kepada Konsumen :

Pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan sederhana yaitu bahwa setiap konsumen yang membeli produk risoles maka risoles baru akan digoreng, sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen, selain itu jika ada konsumen yang melakukan pemesanan maka minimal pesanan sebanyak 20 buah risoles akan diantar ke tempat konsumen mengingat target

pasar dari konsumen adalah seputar wilayah Kelurahan Tegalgundil yang relative dekat.

Masalah yang berpotensi akan terjadi adalah jika terjadi sisa produk yang tidak laku terjual. Akan tetapi pengelola telah mengantisipasi dengan menyediakan lemari pendingin untuk menyimpan sisa produksi tersebut, meskipun dilakukan penyimpanan hasil produksi yang tidak laku dijual pada hari bersangkutan, kualitas produk masih terjaga. dan penyimpanan ini dilakukan tidak melebihi dari 2 hari.

7. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi yang ada pada Risoles Bunda adalah Struktur Organisasi Struktur Tradisional, struktur ini berdasarkan fungsi divisi dan departemen. Ini adalah jenis struktur yang mengikuti aturan dan prosedur organisasi. Dicitrakan dengan memberikan garis otoritas yang jelas di seluruh level manajemen.

Berdasarkan struktur organisasi yang ada, maka pembagian tugas masing-masing bagian sebagai berikut :

1. Bagian Produksi :

Tugas bagian ini adalah menyiapkan Bahan baku untuk proses pembuatan isi risoles dan kulit risoles. Setelah selesai menyiapkan bahan tersebut maka bagian produksi melanjutkan proses membuat kulit, sedangkan proses pembuatan adonan isi risoles masih dilakukan oleh Pemilik Usaha.

2. Bagian Penjualan :

Tugas bagian ini adalah menyiapkan risoles mentah kedalam kotak setelah diproses oleh Bagian Produksi untuk persiapan dijual. Selain itu Bagian Penjualan juga menyiapkan bahan dan peralatan.

3. Bagian Keuangan :

Tugas bagian ini akan membukukan setiap pengeluaran dan pendapatan yang terjadi setiap harinya.

Tenaga yang bekerja pada usaha makanan ringan Risoles Bunda adalah sebagai berikut :

Pemilik / Pengelola : Julie Isnawati

Tenaga Produksi : Ika M

Tenaga Penjualan : Eni S

Tenaga Pembukuan : Julie Isnawati

8. Perkembangan Masa Depan

Agar lebih meningkatkan pendapatan bagi perusahaan maka hal terbaik adalah dengan mengembangkan usaha. Banyak cara untuk mengembangkan dan memperluas usaha, salah satunya adalah mengembangkan usaha yang sudah ada. Upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan dari perusahaan, pengelolaan dan situasi pasar dengan cara Perluasan Pasar, Perluasan pasar ini berarti harus mencari pasar baru untuk jenis produk yang sama. Perluasan ini merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama atau sengaja dilakukan untuk menambah tingkat penjualan produk.

Langkah awal dalam perluasan pasar ini adalah dengan melakukan observasi dan pengamatan terhadap lokasi yang hendak dijadikan tempat penjualan produk. Dalam rencana pengembangan usaha dengan strategi memperluas pasar ini pemilik usaha menetapkan 2 (Dua) Tahapan yang berdasarkan atas lokasi dimana produk akan dijual.

9. Keuangan

Pada dasarnya bahwa ada 4 (Empat) unsur laporan keuangan yang harus diperhatikan yaitu : Laporan Pendapatan, Perkiraan Arus Kas,

Neraca dan Sumber Pendanaan. Keempat laporan keuangan tersebut bertindak sebagai rangkuman gambaran dari keuangan perusahaan secara menyeluruh. Mungkin pada kasus ini hanya laporan keuangan saja yang diperlukan karena usaha makanan ringan Risoles Bunda merupakan usaha yang berskala mikro dan sederhana. Akan tetapi laporan keuangan pendukung lainnya juga penting untuk dilampirkan jika pemilik usaha ingin melakukan pengembangan usaha dan memerlukan modal kerja dari pihak investor atau lembaga keuangan perbankan. Untuk menyiapkan keempat laporan keuangan tersebut dibutuhkan laporan Perkiraan Penjualan, Anggaran Pemasaran dan Anggaran Kepegawaian, sebagai berikut :

a. Laporan Penjualan Tahun 2009 posisi 3 bulan terakhir :

Laporan ini menunjukkan tingkat penjualan pada posisi 3 bulan terakhir Tahun 2009 adalah sebesar :

Tabel 4.1.

Laporan Penjualan
Periode Juni - Agustus 2009

Bulan	Buah	Pendapatan	Rata-rata / Hari
Juni	1,830	4,575,000	61
Juli	1,815	4,537,500	59
Agustus	2,070	5,175,000	67
•Jumlah	5,715	14,287,500	62

Sumber : Diolah dari Data Penjualan Risoles Bunda

- Hasil pengamatan laporan penjualan produk risoles pada bulan Juni 2009 menunjukan lebih tinggi rata-rata perhari daripada bulan Juli 2009 yang disebabkan pada bulan Juni 2009 tersebut lebih banyak pesanan.

- Pada bulan Agustus 2009 lebih tinggi dari bulan sebelumnya karena pada bulan tersebut mulai masuk bulan puasa sehingga berdasarkan hasil pengamatan peningkatan penjualan meningkat karena banyak pembeli.

b. Anggaran Pemasaran :

Merupakan rincian dalam menggunakan biaya dalam kegiatan pemasaran seperti :

- Pemasangan Iklan : Rp. 375,000,-
Pemuatan iklan pada media cetak Koran Jual Beli sebanyak 2 Kali terbit, Format Iklan Display Warna Ukuran 7,8 cm X 7,5 cm dengan biaya Rp. 375.000,- (Tiga ratus tujuh puluh lima ribu rupiah).
- Pembuatan Brosur : Rp. 110,000,-
Pembuatan brosur adalah untuk menunjang kekuatan produk agar dikenal oleh pasar. Brosur dibuat dengan menggunakan kualitas kertas biasa (HVS) agar lebih murah dan terjangkau. Pembuatann brosur tersebut sebanyak 1 (Satu) rim atau sejumlah 500 lembar dan setiap lembar dapat dibagi menjadi 2 bagian (2 brosur). Biaya yang diperlukan untuk mencetak brosur tersebut sebesar Rp. 110.000,- (Seratus sepuluh ribu rupiah).

c. Anggaran Kepegawaian :

Menunjukkan rincian biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja, posisi, staf seperti :

- Upah 2 orang Tenaga kerja sebesar Rp. 900,000,-
Biaya gaji / upah kepada tenaga kerja tersebut tidak termasuk biaya tempat tinggal dan biaya makan siang, karena biaya

tempat tinggal dan makan siang ditanggung oleh pemilik usaha.

Hal pertama yang harus dibuat dalam laporan keuangan sebagai berikut :

1. Laporan Pendapatan :

Tabel 4.2.

Laporan Pendapatan
Periode Juni - Agustus 2009
Risoles Bunda Bogor

Uraian	Bulan			
	Juni	Juli	Agustus	Jumlah
Pendapatan				
Penjualan Kotor	4,575,000	4,537,500	5,175,000	14,287,500
(Komisi penjualan)	0	0	0	0
(Laba dan Piutang)	0	0	0	0
Penjualan Bersih	4,575,000	4,537,500	5,175,000	14,287,500
(Biaya Barang)	0	0	0	0
Laba Kotor	4,575,000	4,537,500	5,175,000	14,287,500
Biaya Operasi				
Biaya Administrasi				
Gaji	900,000	900,000	900,000	2,700,000
Sewa Lahan	450,000	450,000	450,000	1,350,000
Pemasaran & Iklan	485,000	485,000	485,000	1,455,000
Transportasi	100,000	100,000	100,000	300,000
Biaya Produksi	1,982,119	1,965,872	2,242,069	6,190,059
Total Biaya Operasi	3,917,119	3,900,872	4,177,069	11,995,059
Laba Bersih	657,881	636,628	997,931	2,292,441
% Laba	14	14	19	16

Sumber : Diolah dari Data Penjualan Risoles Bunda

Dari data hasil penjualan pada 3 bulan terakhir Risoles Bunda maka dapat diambil kesimpulan laba bersih yang diperoleh sebesar Rp, 2,92,441,- dengan prosentase tingkat keuntugan rata-rata sebesar 16%, bahwa usaha yang dijalankan oleh Risoles Bunda termasuk kategori yang menguntungkan.

2. Perkiraan Arus Kas :

Tabel 4.3.

Arus Kas
Periode Juni – Agustus 2009
Risoles Bunda Bogor

Uraian	Bulan		
	Juni	Juli	Agustus
Arus Kas Kegiatan Operasi			
Kas Masuk dari Pelanggan	4,575,000	4,537,500	5,175,000
Kas Keluar	0	0	0
Gaji	900,000	900,000	900,000
Sewa Lahan	450,000	450,000	450,000
Pemasaran & Iklan	485,000	485,000	485,000
Transportasi	100,000	100,000	100,000
Biaya Produksi	1,982,119	1,965,872	2,242,069
Total Kas Keluar	3,917,119	3,900,872	4,177,069
Arus Kegiatan Investasi			
Pembuatan Etalase	0	0	0
Arus Kas Kegiatan Pendanaan			
Utang Jangka Panjang	0	0	0
Penerbitan Saham	0	0	0
Pembayaran Deviden	0	0	0
Kenaikan Kas	525,740	505,570	848,460
Saldo Kas Awal	0	525,740	1,031,310
Saldo Kas Akhir	525,740	1,031,310	1,879,770

Sumber : Diolah dari Data Penjualan Risoles Bunda

Selama 3 bulan di tahun 2009 tersebut menunjukkan dimana Saldo Kas Akhir pada akhir triwulan sebesar Rp. 1,879,779,-, ini menandakan bahwa perusahaan memiliki uang kas.

3. Neraca :

Tabel 4.4.

Neraca
Per 31 Agustus 2009
Risoles Bunda Bogor

Uraian	D	K
Aktiva		
Aktiva Lancar		
Tunai	14,287,500	
Piutang	0	
Inventaris	0	
Pengeluaran di muka	0	
Total Aktiva Lancar		14,287,500
Aktiva Tetap		
Tanah	0	
Bangunan	0	
Furnitur	1,881,400	
Biaya Penyusutan	0	
Total Aktiva Tetap		1,881,400
Total Aktiva		16,168,900
Pasiva		
Utang Jangka Pendek		
Piutang	14,287,500	
Penambahan Upah	0	
Pajak	0	
Utang Jangka Pendek	0	
Total Utang Jangka Pendek		14,287,500
Utang Jangka Panjang		
Utang Jangka Panjang	1,881,400	
Total Utang Jangka Panjang		1,881,400
Total Pasiva dan Nilai Bersih		16,168,900

Sumber : Diolah dari Data Penjualan Risoles Bunda

Perusahaan saat ini memiliki asset yang terdiri dari Aktiva Lancar, Aktiva Tetap, Utang Jangka Panjang dan Utang Jangka Panjang sebesar Rp. 16,168,900,-.

4. Sumber dan Penggunaan Dana :

Sumber Dana : Modal Sendiri / Pemilik

Tabel 4.5.

Penggunaan Dana Tahun 2009

Uraian	D	K
Modal		7,000,000
Pengeluaran Modal		
Investasi Etalase	1,881,400	
Sewa Lahan	450,000	
Total Pengeluaran Modal		2,331,400
Modal Kerja		
Pembelian Inventaris	0	
Penambahan Staf	0	
Biaya Pemasaran	485,000	
Pengembangan Usaha	0	
Total Modal Kerja		485,000
Tota Penggunaan Dana		2,816,400
Sisa Dana		4,183,600

Sumber : Diolah dari Data Risoles Bunda

Dana yang diperoleh dari modal pemilik usaha atau modal sendiri yang digunakan untuk melakukan investasi dan modal kerja sebesar Rp. 2,816,400,- sehingga sisa dari modal yang digunakan untuk biaya operasional sebesar Rp. 4,183,600,-

Selain Laporan Keuangan diatas, diperlukan juga analisa pendukung antara lain :

1. *Break Even Point* atau Titik Impas :

Sedangkan untuk perhitungan BEP itu sendiri membutuhkan data penjualan, yang membantu penulis untuk melakukan perhitungan dalam mencapai BEP atau Titik Impas, adalah sebagai berikut :

Analisa Break Even Point Penjualan Triwulan I 2009 :

- Penjualan adalah 5,715 buah
Total Penjualan 14,287,500,-
Harga Jual/Unit 2,500,-
- Biaya Variabel
Jumlah Biaya Variabel 10,345,059,-
Biaya Variabel/Unit 1,810,- 72%
- Margin Kontribusi 3,942,441,-
Margin kontribusi/Unit 690,- 28%
- Biaya Tetap 3,105,000,-
- Laba 837,441,-

a. Rasio Margin Kontribusi :

$$\frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Harga Jual/Unit}} \times 100\%$$
$$\frac{690}{2,500} \times 100\% = 28\%$$

b. Rasio Biaya Variabel :

$$\frac{\text{Biaya Variabel/Unit}}{\text{Harga Jual/Unit}} \times 100\%$$
$$\frac{1,810}{2,500} \times 100\% = 72\%$$

c. BEP atau Titik Impas :

$$\begin{aligned} &= (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) + (\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}) \\ &= 2,500 Q - 1,810 Q + 3.105,000,- \\ &816 Q = 3,105,000,- \\ &\mathbf{Q = 4,501 Buah = Rp. 11,252,595,-} \end{aligned}$$

Melihat hasil perhitungan *Break Even Point* pada Periode Juni - Agustus 2009 maka diperoleh Titik Impas sebesar 4,501 Buah dengan nilai Rp. 11,252,595,- dengan tingkat keuntungan yang diharapkan adalah sebesar 28%. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa semakin banyak produk yang laku terjual semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan, maka jika dilakukan pengembangan usaha akan semakin menjanjikan keuntungan yang besar.

2. Biaya Penyusutan :

Penghitungan biaya penyusutan ditetapkan selama 12 bulan atau 1 tahun dari besaran nilai asset yang dimiliki oleh Risoles Bunda adalah sebesar Rp. 1,881,400,- dibagi dengan 12 bulan = Rp. 156,783,- hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar penyusutan atas asset yang dimiliki oleh Risoles Bunda saat ini.

BAB V

RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

5.1. Rencana Pengembangan Usaha

Agar lebih meningkatkan pendapatan bagi perusahaan sesuai dengan hasil dari analisa Break Even Point pada data penjualan 3 (Tiga) bulan terakhir yang menunjukkan bahwa semakin banyak yang dapat dijual ke konsumen semakin tinggi keuntungan yang didapatkan, maka hal terbaik adalah dengan mengembangkan usaha. Banyak cara untuk mengembangkan dan memperluas usaha, salah satunya adalah mengembangkan usaha yang sudah ada. Upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan dari perusahaan, pengelolaan dan situasi pasar dengan cara Perluasan Pasar, Perluasan pasar ini berarti harus mencari pasar baru untuk jenis produk yang sama. Perluasan ini merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama atau sengaja dilakukan untuk menambah tingkat penjualan produk.

Rencana pengembangan usaha tersebut dilakukan dengan berdasarkan waktu yang telah ditentukan oleh Pemilik Usaha Risoles Bunda sebagai berikut :

Tahap	Lokasi	Tahun 2009		Tahun 2010										
		Nop	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	
Tahap Pertama (I)	Plaza Jambu Dua, Bogor													
Tahap Kedua (II)	SKI Tajur, Bogor													

5.2. Pengembangan Tahap I (Pertama) : Lokasi di Plaza Jambu Dua

Langkah awal dalam perluasan pasar ini adalah dengan melakukan observasi dan pengamatan terhadap lokasi yang hendak dijadikan tempat penjualan produk. Dalam rencana pengembangan usaha dengan strategi memperluas pasar ini pemilik usaha menetapkan 2 (Dua) Tahapan yang berdasarkan atas lokasi dimana produk akan dijual.

Plaza Jambu Dua terletak di daerah Warung Jambu tepat di perempatan Jalan Ahmad Yani dengan Jalan Pajajaran dan Jalan Pandawa Bogor yang merupakan mal yang tidak jauh dari pusat dari kota bogor. Plaza ini yang di design dengan warna pink ini, merupakan Mall yang sudah cukup lama berdiri dan menjadi pusat perbelanjaan terlengkap yang dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan umum maupun pribadi. Pusat perbelanjaan ini lebih dikenal oleh masyarakat Kota Bogor sebagai pusat penjualan Handphone dan Komputer yang relatif lengkap di Kota Bogor.

Plaza ini memiliki 7 lantai yaitu Basement, Semi basement, Lantai 1, Lantai 2, Lantai 3, Lantai 4, dan Lantai 5. Obyek utama Plaza Jambu Dua ini adalah Ramayana Dept. Store yang berada di Lantai 1, Ramayana menawarkan semua jenis perlengkapan sehari-hari dari mulai produk fashion, alat tulis, sepatu, tas hingga kebutuhan sehari-hari dari mulai sembako hingga peralatan rumah tangga. Lantai semi basement di Plaza Jambu Dua menyediakan bazar fashion, automotif, maupun alat elektronik pada event tertentu. Di lantai ini pun terdapat sentral handphone terlengkap pertama di Kota Bogor. Sentral handphone ini melayani jual beli handphone baru dan second juga terima reparasi dan menjual berbagai jenis aksesoris handphone. Selain sentral handphone, pada lantai semi basement ini juga sebagai sentral penjualan komputer dan barang elektronik lainnya.

Plaza Jambu Dua menawarkan harga yang murah untuk semua produknya. Hal ini membuat Plaza Jambu Dua mempunyai daya tarik yang cukup besar bagi para pengunjung untuk berbelanja di sini. Selain itu plaza ini selalu mengadakan acara-acara seperti jumpa fans dan obral tiap minggunya sehingga plaza ini tidak

sepi pengunjung. Produk unggulan Plaza Jambu Dua ini adalah produk fashion dan sentral handphone.

Parkir yang luas terdapat di dalam dan di luar gedung. Untuk parkir kendaraan bermotor roda dua memiliki 3 area yaitu sebelah kiri gedung, sebelah kanan dan belakang gedung. Pusat ATM berada tepat di bagian kiri gedung yaitu ATM BCA, Lippobank, Mandiri, BNI dan Bank Jabar. Keamanan yang diberikan oleh pihak Plaza Jambu dua sudah cukup baik terlihat dari adanya penjagaan yang ketat di pintu masuk dan keluar gedung serta di setiap area bagain dalam gedung.

Untuk jumlah karyawan yang bekerja di Plaza Jambu Dua sebanyak 282 orang dan pengunjung rata-rata 700 pengunjung setiap harinya. Dengan asumsi bahwa konsumen yang membeli produk risoles setiap harinya adalah :

- 5% dari jumlah karyawan yaitu 14 orang karyawan.
- 5% dari pengunjung yaitu 35 orang pengunjung.

Akan membeli sebanyak 3 (Tiga) buah risoles setiap harinya maka diperoleh perkiraan selama 1 (Satu) semester adalah sebesar 26,661 buah risoles dan pendapatan Rp. 66,653,250,-

Langkah awal untuk pengembangan usaha Risoles Bunda agar produk diterima dalam rencana perluasan pasar ini adalah :

A. Segmentasi Pasar :

- Plaza Jambu Dua, Bogor

B. Target Pasar :

- Pemilik Kios, Karyawan dan Pengunjung Plaza Jambu Dua

C. Positioning :

Dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh Risoles Bunda, maka keunggulan yang ditawarkan oleh Risoles Bunda sebagai dasar menentukan psoistioning adalah sebagai berikut :

1. Kualitas rasa yang terjamin.

Dengan kontrol kualitas yang dilakukan dan sebagian proses produksi utama dilakukan oleh pemiliknya sendiri maka kualitas rasa dijamin dapat memenuhi

kebutuhan akan keinginan konsumen yang menginginkan makanan ringan yang rasanya enak.

2. Menawarkan berbagai variasi risoles.

Saat ini produk Risoles Bunda telah memiliki 6 (Enam) variasi jenis risoles yang terdiri dari Risoles Ayam, Risoles Udang, Risoles Sosis, Risoles Roghout Ayam, Risoles Coklat Keju dan Risoles Pizza. Merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi Risoles Bunda memiliki 6 variasi jenis risoles karena para kompetitor tidak memilikinya.

3. Harga yang terjangkau.

Dengan harga per buah risoles Rp. 2,500,- sesuai dengan kondisi kemampuan daya beli berdasarkan pengamatan penulis, hal ini bila dibandingkan dengan harga dari makanan ringan lain.

4. Produk dalam kondisi panas / hangat.

Produk dijamin dalam kondisi panas dan minimal hangat, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dari produk tersebut. Pemenuhan kebutuhan kepada konsumen akan kondisi risoles dalam keadaan panas dilakukan dengan menggoreng risoles pada saat konsumen membeli.

Selain kegiatan segmentasi, target pasar dan positioning diatas pengusaha perlu juga membuat analisa guna mendukung strategi segmentasi, target pasar dan positioning dalam perluasan pasar untuk pengembangan usaha seperti :

1. Menentukan Lokasi Penjualan :

Meskipun telah ditentukan dengan segmentasi, target pasar serta positioning yang tepat diperlukan juga lokasi tempat penjualan yang tepat agar mudah dijangkau oleh konsumen selain itu juga akan mempengaruhi strategi pemasaran yang akan dilakukan. Tahap Pertama ini pemilik usaha Risoles Bunda telah mendapatkan lokasi untuk membuka gerai atau etalase di Lantai Semi Basemen Plaza Jambu Dua.

2. Mendiskripsikan Kompetisi :

Pada pengembangan Tahap Pertama ini kompetisi yang dihadapi oleh Risoles Bunda di Lokasi Plaza Jambu Dua adalah :

- **Kompetisi Langsung :**

Berdasarkan hasil pengamatan tidak terdapat penjual risoles di Plaza Jambu Dua. Akan tetapi dari hasil survey, yang pernah dilakukan diawal, menunjukkan bahwa secara langsung pada target pasar yang sama tiak ada tetapi pada segmen yang sama terdapat kompetisi secara langsung.

- **Kompetisi Tidak Langsung :**

Kompetisi untuk usaha yang tidak sejenis dengan produk berbeda yang dihadapi oleh Risoles Bunda adalah berupa produk dari Dunkin Donuts dengan produk berbagai macam jenis donat, Kentucky Fried Chicken dengan produk Burgernya.

Identifikasi terhadap kompetisi yang dihadapi oleh Risoles Bunda yaitu :

Jenis Kompetisi	Kekuatan	Kelemahan
Agen Roti Unyil (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan berbagai macam roti	Harga yang mahal, 1 buah roti seharga Rp. 1,150,-
Mak Cik Pastel (Kompetitor Langsung)	Menawarkan berbagai macam aneka makanan ringan	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Selatan
Risoles Mayonais Mama (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Tengah
American Risoles (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor tengah
Burger Bathok (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan 3 (Tiga) Jenis burger dan Lokasi yang berada di Pertokoan Villa Indah Pajajaran.	Harga yang mahal, berkisar antara Rp. 7,000,- s/d Rp. 9,000,-
Tahu Goreng Sumedang (Kompetitor Tidak Langsung)	Lokasi Penjualan di Area Pertokoan Bangbarung	Lokasi parkir yang susah (berada di perempatan jalan)
Pastel & Pizza (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan beragai jenis Pastel dan Pizza	Harga yang mahal, berkisar antara Rp. 6,500,- s/d Rp. 13,000,-

3. Membuat Strategi Perencanaan Pemasaran dan Penjualan :

a. Rencana Pemasaran :

Menghadapi kompetisi yang ada meskipun merupakan kompetitor tidak langsung, pemilik usaha tetap akan menjalankan strategi pemasaran sama dengan strategi yang sudah ada yaitu melakukan :

- Pembuatan dan Penyebaran Brosur, seperti yang pernah dilakukan sebelumnya dan dengan konsep dasar brosur yang sama.
- Memasang iklan pada Koran lokal seperti Koran Jual Beli dan Radar Bogor.

b. Rencana Penjualan :

Dengan tempat penjualan produk yang berada di Lantai Semi Basemen sangat menguntungkan pemilik usaha Risoles Bunda sehingga tidak terlalu membutuhkan biaya pemasaran yang mahal.

4. Membuat Analisa Keuangan :

Ada 3 (Tiga) unsur laporan keuangan yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan usaha, yaitu : Laporan Perkiraan Pendapatan, Perkiraan Arus Kas dan Sumber Pendanaan serta Analisa Break Even Point. Ketiga laporan keuangan tersebut bertindak sebagai rangkuman gambaran dari keuangan perusahaan. Kebutuhan dana yang direncanakan sebesar Rp. 10,000,000,- diperoleh dari Sumber Dana Pribadi pemilik usaha Risoles Bunda. Dari hasil analisa perhitungan yang dilakukan maka didapat analisa sebagai berikut :

- Perkiraan Penjualan pada Periode Nopember 2009 – April 2010 selama 6 bulan pertama sebesar 26,661 buah risoles.
- Perkiraan Pendapatan yang kemungkinan diterima pada Periode Nopember 2009 – April 2010 selama 6 bulan pertama sebesar Rp. 66,653,750,-. Dari data hasil penjualan pada 6 bulan Risoles Bunda maka dapat diambil kesimpulan bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar Rp, 16,565,729,- dengan prosentase tingkat keuntugan rata-rata sebesar 25%, bahwa

pengembangan usaha tersebut yang dijalankan oleh Risoles Bunda termasuk *kategori yang menguntungkan*.

- Periode Nopember 2009 – April 2010 selama Selama 6 bulan pertama tersebut menunjukkan dimana Saldo Kas Akhir pada akhir triwulan sebesar Rp. 16,565,729,-, ini menandakan bahwa perusahaan memiliki uang kas.
- Hasil perhitungan *Break Even Point* pada 6 bulan pertama maka diperoleh Titik Impas sebesar 11,151 Buah dengan nilai Rp. 27,877,783,- dengan tingkat keuntungan yang diharapkan adalah sebesar 43%. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa semakin banyak produk yang laku terjual semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan, maka jika dilakukan pengembangan usaha akan semakin menjanjikan keuntungan yang besar.

5.3. Pengembangan Tahap II (Kedua) : Lokasi SKI Tas Tajur

Di Kawasan Katulampa Bantar Kemang yang telah menjadi salah satu ikon industri dan pemasaran tas kulit di Kota Bogor dan bahkan gaungnya terdengar ke seluruh Indonesia. Tak hanya itu, di tempat yang sama juga terdapat kawasan wisata yang banyak digemari anak-anak hingga orang dewasa. Dan untuk memuaskan keinginan pengunjung akan tas-tas berkualitas, SKI Tas Tajur juga memiliki kawasan yang dikelola khusus sebagai Tempat Wisata.

Terletak di area luas dan dikelilingi pepohonan palem, tempat tersebut disulap menjadi taman yang dilengkapi beberapa jenis permainan. Taman yang ditata dari batu-batu alam dengan gaya oriental terasa membaur alam disekitarnya. Di bawahnya mengalir sungai-sungai kecil serta kolam air mancur lengkap dengan ikan-ikan. Lantai kaca pun dipasang di sekeliling taman agar pengunjung dapat melihat langsung ikan-ikan hias di dalamnya.

Beragam jenis ikan menjadi hiburan tersendiri bagi pengunjung. Bahkan, terdapat jenis ikan *Aipama Gigas* berukuran sangat besar dan berbahaya dari hutan Amazon, Amerika Selatan. Namun, untuk ikan tertentu pengelola tidak

mengizinkan ikan-ikan tersebut diberi makan. Selain ikan, ada juga kura-kura kecil yang diletakkan dalam kolam berair dangkal. Beberapa sangkar berukuran raksasa nampak di beberapa sudut taman berisi beragam binatang.

Dibanding kawasan belanja tas lainnya di sepanjang Jalan Raya Tajur, SKI Tas Tajur Katulampa memiliki kelebihan karena konsep yang dibuat bukan hanya sebatas kawasan belanja tapi kawasan wisata dengan segenap kelengkapannya. Karena dengan sekali datang kesana, semua kebutuhan terpenuhi. Mulai dari belanja, arena bermain, gedung pertemuan, lokasi wisata dan pusat jajan. Terletak di salah satu sudut kawasan wisata ini, berdiri tempat *flying fox* dengan tinggi 7 meter dan jarak luncur sepanjang 70 meter. Selain itu pengunjung dapat menguji sirkuit *boogie*, sejenis *gokart* yang telah dimodifikasi.

Untuk mengantisipasi jumlah pengunjung yang semakin membludak, rata-rata 500 orang perhari, pengelola SKI Tas Tajur telah memperluas areal parkir sehingga dapat menampung kendaraan besar seperti bis wisata, bahkan telah dibangun pula parkir di dalam gedung.

Untuk jumlah karyawan yang bekerja di SKI Tajur sebanyak 97 orang dan pengunjung rata-rata 500 pengunjung setiap harinya. Dengan asumsi bahwa konsumen yang membeli produk risoles setiap harinya adalah :

- 10% dari jumlah karyawan yaitu 9 orang karyawan.
- 10% dari pengunjung yaitu 50 orang pengunjung.

Diharapkan membeli sebanyak 5 (Lima) buah risoles setiap harinya maka diperoleh perkiraan dalam satu bulan selama 1 (Satu) semester adalah sebesar 54,280 buah risoles dan pendapatan Rp.135,700,000,-

Seperti pada Tahap Pertama, pada Tahap Kedua rencana untuk pengembangan usaha proses Risoles Bunda agar produk dapat diterima dalam perluasan pasar ini adalah dengan melakukan :

A. Segmentasi Pasar :

- Sentra Kerajinan Tas dan Wisata Tajur

B. Target Pasar :

- Pemilik Kios dan Pengunjung Sentra Kerajinan Tas dan Wisata

C. Positioning :

1. Kualitas rasa yang terjamin.

Dengan kontrol kualitas yang dilakukan dan sebagian proses produksi utama dilakukan oleh pemiliknya sendiri maka kualitas rasa dijamin dapat memenuhi kebutuhan akan keinginan konsumen yang menginginkan makanan ringan yang rasanya enak.

2. Menawarkan berbagai variasi risoles.

Saat ini produk Risoles Bunda telah memiliki 6 (Enam) variasi jenis risoles yang terdiri dari Risoles Ayam, Risoles Udang, Risoles Sosis, Risoles Roghout Ayam, Risoles Coklat Keju dan Risoles Pizza. Merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi Risoles Bunda memiliki 6 variasi jenis risoles karena para kompetitor tidak memilikinya.

3. Harga yang terjangkau.

Dengan harga per buah risoles Rp. 2,500,- sesuai dengan kondisi kemampuan daya beli berdasarkan pengamatan penulis, hal ini bila dibandingkan dengan harga dari makanan ringan lain.

4. Produk dalam kondisi panas / hangat.

Produk dijamin dalam kondisi panas dan minimal hangat, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dari produk tersebut. Pemenuhan kebutuhan kepada konsumen akan kondisi risoles dalam keadaan panas dilakukan dengan menggoreng risoles pada saat konsumen membeli atau memesannya.

Selain kegiatan segmentasi, target pasar dan positioning diatas pengusaha perlu juga membuat analisa guna mendukung strategi segmentasi, target pasar dan positioning dalam perluasan pasar untuk pengembangan usaha seperti :

1. Menentukan Lokasi Penjualan :

Meskipun telah ditentukan dengan segmentasi, target pasar serta positioning yang tepat diperlukan juga lokasi tempat penjualan yang tepat agar mudah dijangkau oleh konsumen selain itu juga akan mempengaruhi strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Tahap Kedua ini pemilik usaha Risoles Bunda telah mendapatkan lokasi untuk membuka gerai di Lantai 2 Gedung Utama.

2. Menentukan Kompetisi :

Pada pengembangan Tahap Pertama ini kompetisi yang dihadapi oleh Risoles Bunda di Lokasi SKI Tajur adalah :

- **Kompetisi Langsung :**

Pesaing pada usaha sejenis tidak ada, karena dari hasil pengamatan tidak terdapat penjual risoles di SKI Tajur Dua. Dari hasil survey yang pernah dilakukan diawal, menunjukkan bahwa secara langsung pada target pasar yang sama tiak ada tetapi pada segmen yang sama terdapat kompetisi secara langsung.

- **Kompetisi Tidak Langsung :**

Kompetisi untuk usaha yang tidak sejenis dengan produk berbeda yang dihadapi oleh Risoles Bunda adalah berupa produk dari Roti Unyil dengan produk berbagai macam jenis roti, Tahu Gejrot.

Identifikasi terhadap kompetisi yang dihadapi oleh Risoles Bunda yaitu :

Jenis Kompetisi	Kekuatan	Kelemahan
Agen Roti Unyil (Kompetitor Tidak Langsung)	Menawarkan berbagai macam roti	Harga yang mahal, 1 buah roti seharga Rp. 1,150,-
Mak Cik Pastel (Kompetitor Langsung)	Menawarkan berbagai macam aneka makanan ringan	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Selatan
Risoles Mayonais Mama (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor Tengah
American Risoles (Kompetitor Langsung)	Menawarkan 4 (Empat) macam aneka risoles	Lokasi berada di wilayah Kecamatan Bogor tengah
Tahu Gejrot (Kompetitor Tidak Langsung)	Berada pada Lokasi yang sama	Harga yang mahal, berkisar antara Rp. 7,000, / piring kecil
Aneka Jenis Gorengan (Kompetitor Tidak Langsung)	Berada pada Lokasi yang sama	Harga berkisar Rp. 1,500,- / buah.

3. Membuat Strategi Perencanaan Pemasaran dan Penjualan :

Menghadapi kompetisi yang ada meskipun merupakan kompetitor tidak langsung, pemilik usaha tetap akan menjalankan strategi pemasaran sama dengan strategi yang sudah ada yaitu melakukan :

- Pembuatan dan Penyebaran Brosur, seperti yang pernah dilakukan sebelumnya dan dengan konsep dasar brosur yang sama.
- Memasang iklan pada Koran lokal seperti Koran Harian Radar Bogor.

4. Membuat Analisa Keuangan :

Terdapat 3 (Tiga) unsur laporan keuangan yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan usaha, yaitu : Laporan Perkiraan Pendapatan, Perkiraan Arus Kas dan Sumber Pendanaan serta Analisa Break Even Point. Ketiga laporan keuangan tersebut bertindak sebagai rangkuman gambaran dari

keuangan perusahaan secara menyeluruh seperti terlihat pada Lampiran 2-3, Lampiran 3-3 dan Lampiran 4-3.

Kebutuhan dana yang direncanakan sebesar Rp. 10,000,000,- diperoleh dari Sumber Dana Pribadi pemilik usaha Risoles Bunda.

Dari hasil analisa perhitungan yang dilakukan maka didapat analisa sebagai berikut :

- Perkiraan Penjualan pada Periode Mei–Oktober 2010 selama 6 bulan pertama sebesar 54,280 buah risoles.
- Perkiraan Pendapatan yang kemungkinan diterima pada Periode Mei–Oktober 2010 selama 6 bulan pertama sebesar Rp. 135,700,000,-. Dari data hasil penjualan pada 6 bulan Risoles Bunda maka dapat diambil kesimpulan bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar Rp. 45,797,975,- dengan prosentase tingkat keuntungan rata-rata sebesar 25%, bahwa pengembangan usaha tersebut yang dijalankan oleh Risoles Bunda termasuk *kategori yang menguntungkan*.
- Periode Mei–Oktober 2010 selama 6 bulan pertama tersebut menunjukkan dimana Saldo Kas Akhir pada akhir triwulan sebesar Rp. 45,797,975,-, ini menandakan bahwa perusahaan memiliki uang kas.
- Hasil perhitungan *Break Even Point* pada Periode Mei–Oktober 2010 selama 6 bulan pertama maka diperoleh Titik Impas sebesar 21,982 Buah dengan nilai Rp. 54,954,815,- dengan tingkat keuntungan yang diharapkan adalah sebesar 47%. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa semakin banyak produk yang laku terjual semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan, maka jika dilakukan pengembangan usaha akan semakin menjanjikan keuntungan yang besar.