

Subanar, D. H, 2009. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA.

Suryana, 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA

David, F. R, 2010. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat



HASIL WAWANCARA

Narasumber :

Pemilik usaha Pastel Singapore Ellisa bernama Betty Susanti berusia 50 tahun

Tujuan Wawancara :

Guna memperoleh data sebagai acuan dalam menentukan variabel-variabel definisi operasional

1. Sejak Kapan Pastel Singapore Ellisa didirikan? Bagaimana awal mula didirikannya dan perkembangan yang dialami hingga saat ini ?

Jawab :

Awal mula menekuni bisnis ini karena melihat trend makanan crispy yang berkembang di masyarakat (peluang). Pertama kali berjualan ketika bazar di gereja JKI Marina Desember tahun 2011 kemudian berjualan lagi pada bazar akhir tahun 2012, 2013 dan terakhir Desember 2014. Untuk mengembangkan usaha pada bulan Mei 2013 bekerjasama dengan membuka stand di Cafendish resto jalan Brumbungan Semarang kemudian

berhenti dan lanjut pada bulan April tahun 2014 sampai bulan Desember tahun 2104 di Tempat Makan dan Pemancingan Baron Puri Anjasmoro Semarang, keduanya dengan sistem komisi atau bagi hasil. Dengan modal seadanya Januari tahun 2015 sewa tempat dengan membuka stand di depan Pusat Oleh-oleh Brilliant Simpang Lima Semarang. Selama berjualan di Simpang Lima dalam sehari mampu menjual 50-100 biji per hari, sebelumnya kurang dari 50 biji per hari.

2. Ide pastel Singapore ini diperoleh dari warisan orang tua, mengembangkan sendiri atau bagaimana?

Jawab:

Teknik pembuatan pastel didapat ketika menekuni khursus di Jakarta selama 2 hari tetapi varian rasanya dikembangkan sendiri sehingga varian rasanya berbeda dengan pastel crispy yang ada di Jakarta.

3. Berapa jumlah karyawan pada perusahaan Pastel Singapore Ellisa?

Jawab:

Karyawan yang bekerja hanya tiga orang, satu bekerja di bagian produksi dari jam 09.00 – 17.00 dan dua karyawan lain bagian menjaga outlet dengan model bergantian jam kerja dari jam 08.00 – 16.00 dan 13.00 – 21.00

4. Bagaimana jangkauan pemasaran yang telah dilakukan sejauh ini?

Jawab:

Media promosi yang digunakan melalui brosur, MMT dan logo pada kemasan

5. Apa yang membedakan Pastel Singapore Ellisa dengan pastel lainnya ?

Jawab :

Yang membedakan kulitnya yang berlapi-lapis, renyah dan kering, mirip dengan tekstur pastry, karena adonannya dan cara pengolahannya mirip dengan adonan pastry. Selain itu Pastel Singapore Ellisa menawarkan lima macam varian rasa yang berbeda dengan pastel yang sudah ada.

Original : ayam, wortel, soon, kacang polong, keju, telur

(kecenderungan manis)

Kare Ayam : ayam, wortel, kentang, kacang polong, telur

(kecenderungan asin)

Ayam Pedas : ayam, wortel, kentang, telur, bumbu pedas

(kecenderungan manis)

Ayam Lempur : ayam, bumbu lempur (kecenderungan manis)

Rogot keju: isi resoles, telur, keju (kecenderungan manis)

6. Bagaimana sistem produksi usaha ini terlebih saat mengatasi permintaan konsumen yang membanjir ?

Jawab :

Sistem produksi pastel menggunakan sistem *stock* sehingga tidak menyulitkan proses produksi ketika permintaan konsumen sedang membanjir, produksi pastel dalam sehari dikemas dalam plastik kemudian diberi tanggal pembuatan baru dibekukan, sehingga nantinya pastel yang pertama dibuat nantinya yang lebih dulu dijual

7. Apakah lokasi usaha sekarang ini strategis ? bisa menjangkau konsumen yang berada jauh dari kawasan Simpang Lima ?

Jawab :

Ya, beberapa konsumen datang dari lokasi berbeda yang berada jauh dari kawasan Simpang Lima. Ada yang dari Majapahit, Ngaliyan, Tanah Mas, Puri Anjasmoro, konsumen luar kota juga ada dari Solo, Jogja, Jakarta, Surabaya, Malang dan ada juga yang dari luar pulau seperti Medan, Kalimantan, Madura, Bali, Lombok.

8. Apakah layanan pastel beku dalam kemasan vaccum diminati konsumen ?

Jawab :

Iya, kemasan beku kebanyakan dibeli orang luar kota karena lebih praktis, konsumen dari dalam kota juga ada yang membeli kemasan vaccum untuk persediaan bekal anak sekolah.

9. Apa harapan anda untuk usaha ini ?

Jawab :

Harapan pemilik, usaha ini berkembang lebih maju bisa buka cabang, merk Pastel Singapore Ellisa dikenal dimana-mana dan memiliki outlet sendiri.

Kuesioner Untuk Pemilik Usaha

Matriks EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR BOBOT
PELUANG			
1. Masyarakat Indonesia suka mengonsumsi makanan bertekstur crispy (10)	0,21	4	0,84
2. Persaingan bisnis usaha ini dapat dikatakan masih kecil atau belum banyak karena Pastel Singapore Ellisa sebagai penjual tunggal pastel crispy dengan kulit berlapis-lapis di kota Semarang. (6)	0,13	4	0,52
3. Lokasi outlet penjualan strategis bersamaan dengan outlet penjualan makanan oleh-oleh khas Semarang sehingga memudahkan konsumen menghemat waktu belanja. (8)	0,17	4	0,68
4. Tersedianya lahan parkir yang memadai (6)	0,13	3	0,39
5. Memperluas pasar dengan membuka cabang di dekat bandara dan stasiun (5)	0,10	2	0,20

ANCAMAN			
6. Selera konsumen terhadap varian rasa yang terus berubah (6)	0,13	1	0,13
7. Naik turunnya harga bahan baku yang berpengaruh pada laba. (6)	0,13	2	0,26
TOTAL (47)	1,00		3,02

Matriks IFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR BOBOT
KEKUATAN			
1. Pastel Singapore Ellisa menyediakan pastel dengan varian inovasi rasa yang berbeda. (10)	0,20	4	0,80
2. Produk Pastel Singapore Ellisa memiliki tekstur kulit yang renyah (6)	0,12		0,48
3. Menyediakan layanan pastel beku dengan kemasan vakum yang lebih praktis dan tahan lama. (7)	0,14	4	0,56
4. Lokasi penjualan strategis sehingga mudah dijangkau konsumen baik dari luar kota maupun dalam kota. (9)	0,18	4	0,72

KELEMAHAN			
5. Pemasaran hanya sebatas brosur, MMT serta logo yang terdapat pada kemasan, sehingga media pemasaran masih terbatas (6)	0,12	2	0,24
6. Minimnya tenaga kerja dan modal usaha yang masih terbatas (6)	0,12	2	0,24
7. Belum memiliki outlet resmi akan memberikan prospek yang kurang baik bagi kemajuan usaha Pastel Singapore Ellisa. (5)	0,10	2	0,20
TOTAL (49)	1,00		3,24

Nama :

Umur :

Frekuensi membeli :

Saudara diminta menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberikan jawaban berupa tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

No	Pertanyaan	Tidak Setuju	Setuju
1	Masyarakat Indonesia suka mengkonsumsi makanan bertekstur crispy		
2	Pastel Singapore Ellisa menyediakan pastel dengan varian inovasi rasa yang berbeda pada pastel umumnya		
3	Pastel Singapore Ellisa memiliki tekstur kulit yang renyah (crispy)		
4	Pastel beku dengan kemasan vaccum, lebih praktis dan tahan lama untuk dibawa luar kota sebagai oleh-oleh.		
5	Persaingan bisnis masih kecil karena Pastel Singapore Ellisa sebagai penjual tunggal pastel dengan kulit berlapis di kota Semarang		
6	Media pemasaran masih terbatas hanya menggunakan brosur, MMT dan logo yang terdapat pada kemasan		

7	Lokasi outlet penjualan bersamaan dengan outlet penjualan oleh-oleh khas Semarang sehingga memudahkan konsumen berbelanja.		
8	Tersedianya lahan parkir yang memadai		
9	Selera konsumen terhadap rasa yang terus berubah sehingga harus menambah inovasi rasa		
10	Lokasi outlet penjualan Pastel Singapore Ellisa strategis (tengah kota) di jalan Simpang Lima		
11	Belum memiliki outlet pribadi akan memberikan prospek yang kurang baik bagi kemajuan usaha		
12	Memperluas pasar dengan membuka cabang di dekat bandara dan stasiun (pusat keramaian)		
13	Munculnya pesaing pastel yang sejenis, hal ini akan membuat saingan baru bagi bisnis Pastel Singapore Ellisa		
14	Naik turunnya harga bahan baku yang berpengaruh pada laba.		

