

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Dasar / pondasi dari sebuah usaha yang akan dibangun / dijalankan adalah adanya *business plan* atau biasa disebut dengan perencanaan bisnis. Pada banyak kasus yang telah terjadi, pada saat awal membuka usaha baru banyak yang mengalami kegagalan. Kegagalan ini terjadi, karena pada saat membuka usaha tidak menyusun perencanaan terlebih dahulu, sehingga tidak ada perhitungan terlebih dahulu sebelum memulai bisnis tersebut. Menurut Bygrave, 1994 : 441 (dalam Buchari, 2006 : 198) mendefinisikan Business Plan sebagai dokumen yang disediakan oleh *entrepreneur* yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. *Business Plan* juga berisi tentang rincian profit, neraca pembayaran, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang. Selain itu juga memuat pandangan dan ide dari untuk dua tahun yang akan datang, pandangan dan ide dari anggota tim manajemen serta menyangkut strategi dan tujuan perusahaan yang hendak dicapai. Jadi menurut pengertian tersebut, *business plan* merupakan ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian perusahaan oleh wirausahawan yang berisi rincian kegiatan operasi dan rencana keuangan,

peluang dan strategi pemasaran serta keterampilan dan kemampuan manajer, serta unsur-unsur internal dan eksternal dalam memulai suatu usaha.

Bagi pelaku bisnis, baik itu usaha mikro, usaha kecil, atau usaha menengah mengalami kegagalan dalam sebuah bisnis tentu merupakan sesuatu yang tidak diharapkan. Tentunya setiap pelaku bisnis menginginkan bisnisnya selalu berkembang dan tidak mengalami kemunduran atau stagnansi, akan tetapi sebuah hambatan dan masalah dalam menjalankan suatu bisnis tidak dapat dihindarkan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kondisi sebuah bisnis seperti pasar yang lesu, muncul pesaing baru, menurunnya produktifitas, meningkatnya biaya produksi dan lain-lain. Salah satu cara agar sebuah bisnis atau usaha tidak mengalami stagnansi bahkan penurunan adalah dengan melakukan sebuah evaluasi bisnis dengan proses yang terus menerus dan saling berkesinambungan.

Evaluasi bisnis meliputi kegiatan *monitoring* / pengamatan. Setiap proses dalam bisnis tersebut diamati dan dari hasil monitoring / pengamatan dapat dibuat analisis kemunduran, kemajuan, dan pencapaian apa yang telah diraih bisnis tersebut. Dari hasil pengamatan tersebut, dapat dilihat *gap* atau celah antara perencanaan bisnis yang telah dibuat di awal dibukannya bisnis dengan kenyataan di lapangan setelah bisnis tersebut berjalan dalam tempo yang telah ditentukan. Bagi diri pemilik usaha, kegiatan evaluasi juga dapat digunakan sebagai sarana belajar dan proses peningkatan kemampuan diri

dalam mengelola suatu usaha. Dari proses evaluasi bisnis, nantinya akan ditemukan hal-hal baru dan strategi baru dalam mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang.

Kedai Ice Cream 123 yang berlokasi di Jl. Pemuda No. 335 Pati ini merupakan suatu kedai yang sudah mulai beroperasi sejak bulan Agustus tahun 2015. Kedai Ice Cream 123 memiliki konsep dasar bisnis “Pusat tongkrongan *Ice Cream* terlengkap pertama di Kabupaten Pati”, yang artinya adalah kedai tersebut menyajikan berbagai menu yang memiliki bahan dasar *Ice cream* atau juga berbahan pelengkap *ice cream*. Tidak hanya memiliki menu *ice cream* yang bervariasi, melainkan pelanggan dapat “nongkrong” di kedai ini sambil menikmati hidangan *ice cream*. Dikatakan “Pertama di Kabupaten Pati” karena dengan konsep “tongkrongan” ini adalah yang pertama di Kabupaten Pati sehingga berbeda dengan *Ice Cream* yang dijual di pasar swalayan dan ritel yang harus dibawa pulang atau “*take away*” Dengan konsep tersebut, diharapkan dapat menjadi daya tarik di Kabupaten Pati.

Sebelum memulai bisnis tersebut, pihak pemilik melakukan beberapa perencanaan bisnis. Perencanaan aspek pemasaran mencakup bauran pemasaran (*marketing mix*) dan STP (*Segmenting, targeting, dan, positioning*). Pasar yang disasar diutamakan anak-anak hingga remaja/pemuda dengan *positioning* desain kedai yang *Semi-adult oriented*. Sehingga pasar yang disasar adalah kalangan menengah dengan usia anak-

anak hingga remaja/pemuda. Untuk bauran pemasaran, produk yang ditawarkan adalah 2 kali dari HPP produk. Promosi akan dilakukan melalui media offline seperti menyebarkan brosur promo kupon beli 10 kali gratis 1 produk, pemasangan *banner* gratis satu buah ice cream bagi yang berulang tahun dengan menunjukkan identitas diri. Selain dari media offline, promosi juga dilakukan melalui media online seperti promosi di Instagram, *Blackberry Messenger*, Twitter, Facebook, dan Line. Kedai Ice cream 123 menyediakan fasilitas *free mineral water*, reservasi acara ulang tahun dan akan menyediakan fasilitas *Wifi*.

Perencanaan aspek operasi akan meliputi seluruh aktivitas produksi dan juga perhitungan dalam permodalan yang diperlukan untuk memenuhi fasilitas inventarisnya. Inventaris Kedai Ice Cream 123 yang direncanakan meliputi kursi, meja, *Handphone* untuk layanan reservasi dan promosi media online, kipas angin, *sound system*, peralatan makan, peralatan dapur, kulkas, *freezer* dan lemari penyimpanan. Untuk lokasi menurut Umar (2003), letak lokasi pada fasilitas jasa dapat dibagi menjadi 2 macam antara lain: (1) Pelanggan datang ke lokasi penyedia jasa. (2) Penyedia jasa yang mendatangi konsumen.

Untuk Kedai Ice Cream 123, tergolong ke dalam pelanggan datang ke lokasi penyedia jasa. Sehingga dalam pemilihan lokasi, perlu dipertimbangkan beberapa aspek seperti lokasi yang strategis, lingkungan

yang mendukung / kondusif, ketersediaan lahan parkir, mudah diekspansi, dan ijin lokasi dari pihak yang berwenang. Kedai Ice Cream 123 telah direncanakan didirikan di Jalan Pemuda No, 335 Pati. Pemilihan lokasi tersebut karena dinilai lokasi tersebut sangat strategi karena berada di jalan protokol, berada dekat dengan pusat kota dan Swalayan terbesar di Kabupaten Pati. Selain itu, lokasi ini memiliki harga sewa yang jauh lebih murah dibandingkan dengan lokasi lain.

Perencanaan aspek sumber daya manusia akan meliputi struktur organisasi dan jumlah karyawan yang diperlukan. Menurut Umar (2003), susunan organisasi merupakan susunan dan hubungan antara bagian dan posisi dalam perusahaan, struktur organisasi menjelaskan pembagian aktivitas kerja, hubungan fungsi dan aktivitas hingga tingkat tertentu.

Perencanaan struktur organisasi dan analisis jabatan terdiri dari pemilik usaha sebagai pengarah, penanggung jawab operasional, dan keberlangsungan usaha (selaku manajer kedai). Pemilik usaha selaku manajer kedai ini membawahi pelayan, petugas kasir (*cashier*), dan *marketing*. Setiap bagian pekerjaan dibagi menjadi beberapa divisi seperti keuangan, pemasaran, dan operasional.

Perencanaan aspek keuangan bertujuan untuk mengetahui perkiraan dana dalam mendirikan suatu usaha, aliran kas dan kelayakan pelaksanaan

suatu bisnis. Menurut Umar (2003) terdapat beberapa sumber dana antara lain:

- Modal pemilik usaha
- Penerbitan saham di pasar modal
- Penerbitan obligasi di pasar modal
- Kredit bank
- Sewa guna usaha dari lembaga pembiayaan non bank

Sebelum menjalankan usaha, pemilik usaha menghitung jumlah inventasi yang diperlukan untuk mendirikan usaha Kedai Ice Cream 123 ini.

Kebutuhan modal yang dibutuhkan meliputi:

- Biaya sewa tempat selama 1 tahun
- Biaya renovasi dan *design interior* kedai
- Biaya pembelian meja dan kursi
- Biaya pembelian perlengkapan makan, perlengkapan minum, kulkas, lemari, dan kipas angin.
- Biaya lain-lain seperti untuk pembuatan resep hidangan *ice cream*, *survey test* hidangan.

Pemilik usaha telah memperkirakan modal usaha yang diperlukan untuk mendirikan bisnis tersebut dan modal usaha akan bersumber dari modal pemilik usaha itu dengan alasan keamanan dibanding harus meminjam dari bank atau perusahaan *leasing*. Setelah bisnis ini berjalan beberapa bulan,

pemilik usaha merasa bahwa perlu adanya suatu evaluasi atau peninjauan kembali terhadap perencanaan bisnis yang telah dilakukan. Evaluasi tersebut menjadi penting karena terdapat beberapa aspek yang tidak sesuai dengan perencanaan dan menimbulkan berkurangnya laba. Umar (2002) menyatakan bahwa evaluasi adalah suatu proses yang harus dilakukan oleh pimpinan perusahaan setelah suatu rancangan program kerja dijalankan. Proses evaluasi akan mengungkapkan sejauh mana hasil dari suatu program kerja tertentu telah dicapai dibandingkan dengan perencanaan bisnis yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan dari hasil evaluasi tersebut akan diketahui aspek mana saja yang kurang optimal kinerjanya, sehingga hal-hal yang menyebabkan berkurangnya laba perusahaan dapat dicegah, dan hal-hal yang telah menimbulkan berkurangnya laba dapat diantisipasi. Evaluasi ini juga tidak hanya dilaksanakan sekali, akan tetapi akan berjalan berkala agar bisnis tersebut menghasilkan laba yang optimal dan hasil evaluasi juga dapat dijadikan bahan pengembangan diri oleh pemilik dalam mengelola suatu usaha. Untuk keperluan pengembangan usaha dan peningkatan kualitas pelayanan, maka Kedai Ice Cream 123 melakukan evaluasi kembali setiap satu tahun sekali

Evaluasi terhadap perencanaan bisnis yang akan dilakukan dalam penelitian ini mencakup aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Keempat aspek tersebut akan dianalisis dengan membandingkan antara perencanaan dengan impelentasinya,

menggunakan tolak ukur perencanaan bisnis yang sudah ada dan membuat rencana pengembangan apabila realitas bisnis lebih baik daripada perencanaan bisnis yang dibuat.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Evaluasi Bisnis Kedai Ice Cream 123 ditinjau dari aspek Pemasaran, Operasi, Sumber Daya Manusia, dan Keuangan?”

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan Evaluasi Bisnis Kedai Ice Cream 123 ditinjau dari Aspek Pemasaran, Operasi, Sumber Daya Manusia, dan Keuangan.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini memiliki manfaat, yaitu:

1. Bagi pemilik dan manajemen: Sebagai saran dan bahan evaluasi agar bisnis yang berjalan selaras dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya.
2. Bagi peneliti: sebagai bahan referensi bagi penelitian bisnis di masa yang akan datang.