

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Kedai Ice Cream 123 berdiri sejak tanggal 15 Agustus 2015 di Jl. Pemuda No. 335 Pati. Kedai ini buka setiap hari kecuali hari senin dari pukul 10.00 sampai 20.00 WIB. Awalnya, Kedai Ice Cream 123 memiliki empat orang karyawan yang terdiri dari Manajer, Marketer, dan Pelayan, akan tetapi seiring berjalannya waktu, Kedai Ice Cream 123 menambah satu orang karyawan bagian kasir, sehingga karyawannya menjadi lima orang. Untuk menjadi bisnis yang baik, Kedai Ice Cream 123 juga memiliki sebuah konsep bisnis yang unik, yaitu menjadi “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.

4.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan yang baru, pemilik perlu merancang visi dan misi sebagai dasar dan acuan perusahaan saat beroperasi sehingga perusahaan memiliki arah yang pasti, perencanaan, dan nilai-nilai yang hidup di dalam perusahaan.

Visi, misi, dan tujuan perusahaan dapat dijadikan keyakinan atau pedoman oleh seluruh komponen di perusahaan agar menjunjung tinggi kepuasan konsumen dan memberikan standar kualitas produk dan pelayanan yang tinggi.

4.2.1. Visi

Visi dari Kedai Ice Cream 123 adalah menjadi tempat tongkrongan *ice cream* terlengkap dengan harga yang terjangkau di Kabupaten Pati serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

4.2.2. Misi

Misi dari Kedai Ice Cream 123 adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dan mengutamakan kualitas hidangan yang disajikan
2. Mengembangkan inovasi produk dan pelayanan
3. Menjalin kerja sama dengan baik dan saling menguntungkan dengan supplier sebagai mitra bisnis.
4. Menumbuhkan pengetahuan dan keterampilan karyawan agar menjadi karyawan yang berintegritas dan profesional

4.2.3. Tujuan Perusahaan

1. Jangka pendek : Memberikan pelayanan terbaik dan konsisten kepada konsumen
2. Jangka panjang : Mengembangkan bisnis ke beberapa kota potensial

4.3. Realitas Aspek Pemasaran

4.3.1. Realitas Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden akan ditunjukkan pada hasil rekapitulasi kuesioner yang telah dibagikan pada bulan Oktober 2016 dengan jumlah 40 kuesioner yang bertempat di Kedai Ice Cream 123. Hasil rekapitulasi dari 40 kuesioner tersebut dapat dilihat di bawah ini :

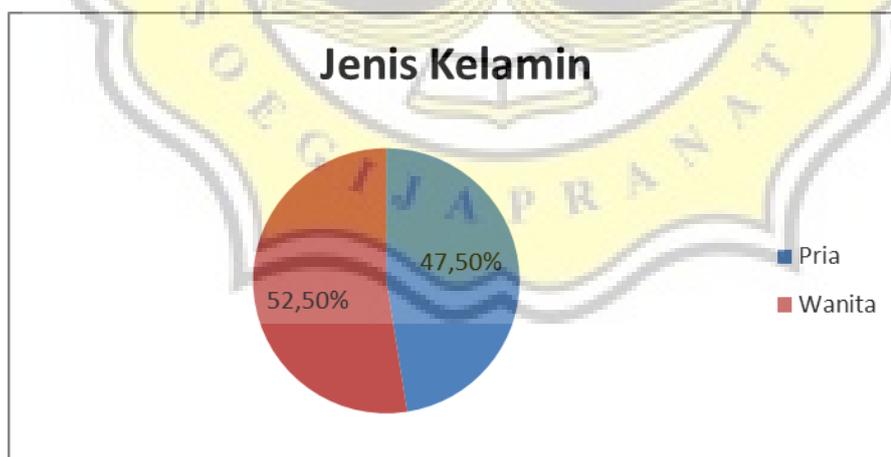
Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	%
Pria	19	47,5%
Wanita	21	52,5%
Pendidikan		
SD	0	0
SMP	14	35%
SMA/K	17	42,5%
Perguruan Tinggi	9	22,5%
Usia		
15 tahun	6	15 %
16 tahun	5	12,5 %
17 tahun	4	10 %
18 tahun	4	10 %
19 tahun	2	5 %
20 tahun	2	5 %
21 tahun	3	7,5 %
23 tahun	4	10 %
24 tahun	3	7,5 %
25 tahun	2	5 %

26 tahun	3	7,5 %
27 tahun	2	5 %
MIN	2	5%
MAX	6	15%
Rata-rata	3,33	8.33 %
15-20 tahun	23	57,5 %
21-27 tahun	17	42,5 %
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	26	65%
Karyawan	8	20%
Wirausaha	6	15%
Tempat Tinggal		
Dalam Kabupaten Pati	40	100%
Luar Kabupaten Pati	0	0

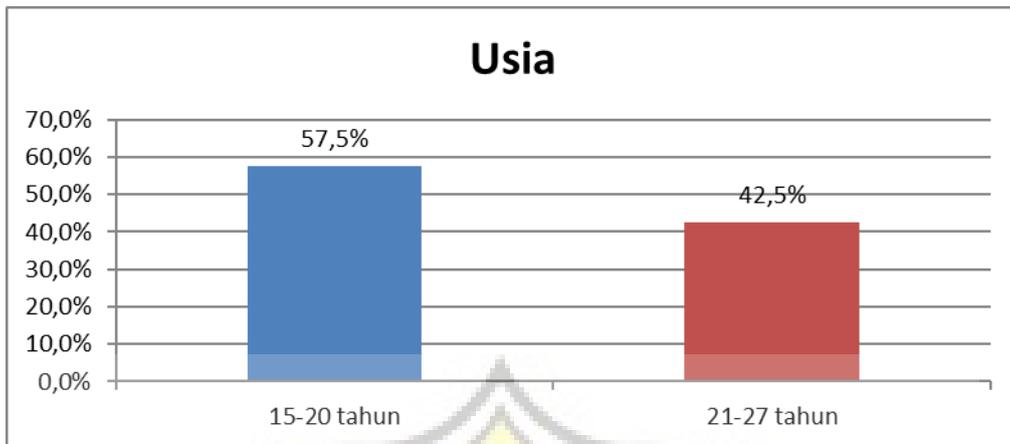
Sumber : Data Primer (2015)

Gambaran yang lebih jelas tentang segmen pasar dan target pasar yang telah diperoleh oleh Kedai Ice Cream 123 akan disajikan di dalam diagram pie dan diagram batang berikut ini :



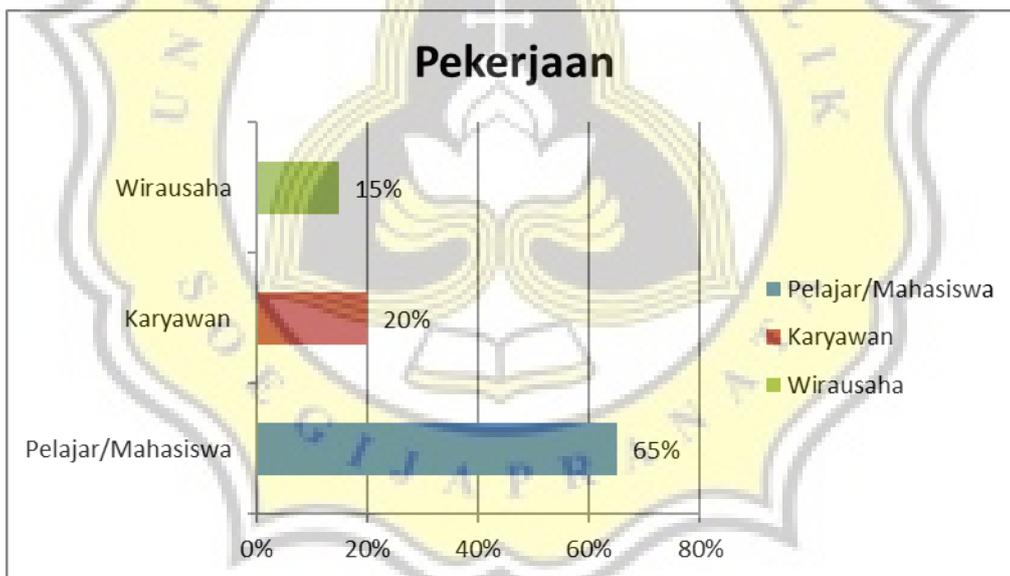
Gambar 4.1. Segmentasi menurut jenis kelamin

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)



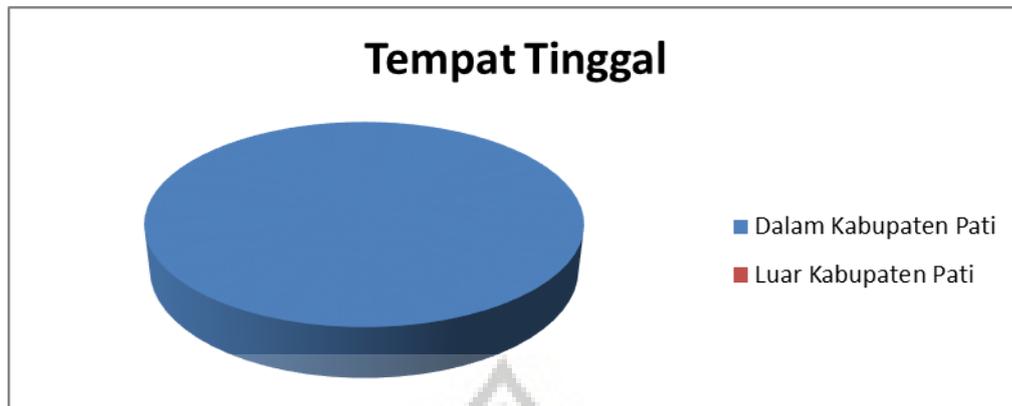
Gambar 4.2. Segmentasi menurut Usia

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)



Gambar 4.3 Segmentasi menurut Pekerjaan

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)



Gambar 4.4. Segmentasi menurut Tempat Tinggal

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Keterangan :

Dari grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa secara geografis, pengunjung Kedai Ice Cream 123 masih berasal dari dalam Kabupaten Pati. Secara demografis, pengunjung Kedai Ice Cream 123 berasal dari kalangan menengah, baik pelajar/mahasiswa dan karyawan, sedangkan dari segi usia sebagian besar di dominasi oleh remaja sampai dengan pemuda yaitu pada usia 15 tahun sampai 27 tahun.

4.3.2. Realitas STP Kedai Ice Cream 123

Selama operasional satu tahun ini, segmentasi pasar dari Kedai Ice Cream 123 dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Secara geografis: Konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 berasal dari wilayah Kabupaten Pati baik dari dalam Kecamatan Pati maupun luar Kecamatan Pati.

2. Secara demografis: Konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 rata-rata berasal dari kalangan menengah, yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Dari segi gender lebih didominasi wanita, akan tetapi perbedaan jumlah antara pria dan wanita sangatlah tipis. Sedangkan, dari segi usia, konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 didominasi oleh usia remaja hingga pemuda yaitu antara usia 15 tahun sampai 27 tahun.

Untuk *Targeting* Kedai Ice Cream 123 selama satu tahun operasional dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Secara geografis: Dalam melakukan kegiatan pemasaran, pihak Kedai Ice Cream 123 menargetkan pada masyarakat atau calon konsumen yang berdomisili atau bertempat tinggal di wilayah Kabupaten Pati baik di dalam Kecamatan pati maupun diluar Kecamatan Pati.
2. Secara demografis: Dalam melakukan kegiatan pemasaran, pihak Kedai Ice Cream 123 menargetkan pada masyarakat yang berusiaremajahingga pemuda yaitu 15 tahun sampai 27 tahun, kalangan pelajar dan mahasiswa, kalangan menengah baik pria maupun wanita sehingga desain pemasaran yang digunakan menyesuaikan dengan target pasar.

Untuk *positioning*, Kedai Ice Cream 123 mengutamakan kualitas dan kecepatan pelayanan serta kualitas dan keunikan produk Ice Cream agar Kedai Ice Cream 123 dapat selalu menjadi tempat tongkrongan yang

menggunakan Ice Cream sebagai bahan dasar / bahan pelengkap pertama dan unggulan di Kabupaten Pati.

4.3.3. Realitas Bauran Pemasaran Kedai Ice Cream 123

Selama Operasional satu tahun, Kedai Ice Cream 123 telah melakukan bauran pemasaran seperti berikut ini:

1. *Product*

a. Menu varian *ice cream*

Menu varian *ice cream* yang disediakan oleh Kedai Ice Cream 123 adalah Banana Split Strawberry Ice Cream, Rainbow Ice Cream, Pisberrylatte Ice Cream, Kuburan Mantan Ice Cream, Bubble Ice Cream, Peanut Chesse Ice Cream, Timtam Mix Ice Cream, Ice Cream Pot, Singapore Ice Cream, Durian original Ice Cream, Chocolate Original Ice Cream, Vanilla Original Ice Cream, Strawberry Original Ice Cream, 3 in 1 Ice Cream, Melon Squash Blue, Lychee Squash Blue, Cappucino Float Chocolate, Fanta Float Strawberry, Milo Float Vanilla, Milo Float Chocolate, Durian Hula-Hula, Strawberry Hula-Hula, Cone Ice Cream, Pico Ice Cream, Cavan Ice Cream, Navas Ice Cream, Ortodoks Ice Cream, Mavia Ice Cream, Stress Ice Cream, Lovely Ice Cream, Noodle Ice Cream.

b. Menu non *ice cream*

Menu non *ice cream* yang disediakan oleh Kedai Ice Cream 123 antara lain Sosis Bakar 123, Bakso Bakar 123, Sate Guling 123, Tikar Copi, dan aneka makanan ringan.

2. *Price*

Metode penetapan harga yang dilakukan oleh Pemilik Kedai Ice Cream 123 adalah dengan metode berbasis permintaan *demand back pricing* yaitu dengan perkiraan harga sesuai dengan daya beli masyarakat di Kabupaten Pati / harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Produk-produk yang menggunakan metode tersebut antara lain Banana Split Strawberry Ice Cream, Rainbow Ice Cream, Pisberrylatte Ice Cream, Bubble Ice Cream, Peanut Chesse Ice Cream, Timtam Mix Ice Cream, Melon Squash Blue, Lychee Squash Blue, Cappucino Float Chocolate, Fanta Float Strawberry, Milo Float Vanilla, Milo Float Chocolate, Durian Hula-Hula, Strawberry Hula-Hula, Pico Ice Cream, Cavan Ice Cream, Navas Ice Cream, Ortodoks Ice Cream, Mavia Ice Cream, Stress Ice Cream, Lovely Ice Cream, dan Noodle Ice Cream. Metode lain yang dipakai adalah dengan metode berbasis persaingan *at market pricing* yaitu dengan membandingkan harga dengan produk sejenis yang ada di Semarang. Produk-produk yang menggunakan metode tersebut antara lain Ice Cream Pot, Cone Ice Cream, 3 in 1 Ice Cream, Kuburan Mantan Ice Cream, Singapore Ice Cream, Durian original Ice Cream, Chocolate

Original Ice Cream, Vanilla Original Ice Cream, Strawberry Original Ice Cream, Sosis Bakar 123, Bakso Bakar 123, Sate Guling 123, Tikar Copi, dan aneka makanan ringan. (Lihat di Lampiran).

3. *Place*

Saluran distribusi Kedai Ice Cream 123 termasuk kedalam jenis distribusi langsung, yaitu sistem distribusi yang dilakukan langsung oleh produsen kepada konsumen. Saluran distribusi ini berawal dari *supplier* berupa pasar dan toko grosir yang menjual bahan baku utama dan pendukung kepada Kedai Ice Cream 123 yang berada di Jalan Pemuda no. 335 Pati untuk membuat produknya. Selanjutnya, Kedai Ice Cream 123 menjual produknya kepada konsumen akhir.

4. *Promotion*

Kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 antara lain mengiklan di media sosial seperti Instagram dan Facebook, mendaftarkan lokasi Kedai Ice Cream 123 di *Google Maps* dan *Google My Business*, Menyebarkan brosur Kedai Ice Cream 123, Memasang MMT dan neon box di depan Kedai Ice Cream 123, melakukan promosi beli 10 gratis 1, melakukan promosi gratis 1 ice cream Singapore bagi yang berulang tahun di hari ini dengan menunjukkan identitas diri, memberikan hadiah berupa jam dinding, kaos, dan stiker berlogo Kedai Ice Cream 123 di hari pelanggan nasional.

5. *People*

Selama satu tahun operasional, Kedai Ice Cream 123 memiliki sejumlah karyawan sebagai berikut:

- Manajer berjumlah 1 orang
- *Marketer* berjumlah 1 orang
- *Cashier* berjumlah 1 orang
- Pelayan sekaligus menyaji hidangan berjumlah 2 orang

6. *Process*

Alur proses pelayanan di Kedai Ice Cream 123 yaitu:

- Pelayan memberikan ucapan selamat datang di Kedai Ice Cream 123
- Memberikan buku menu kepada pelanggan
- Mencatat pesanan
- Membuatkan pesanan
- Menyajikan hidangan yang dipesan
- Pelanggan melakukan transaksi pembayaran
- Pelayan mengucapkan terima kasih kepada pelanggan
- Pelayan membersihkan peralatan makan, meja, kursi, dan kotoran lainnya.

7. *Physical Evidence*

Kedai Ice Cream 123 di desain sendiri oleh pemilik dan dibantu oleh istri dan adik dari pemilik. Pemilik mendesain Kedai Ice Cream 123 dengan konsep “selfie” yang menjadi fenomena anak muda jaman

sekarang dengan menyediakan tempat memajang foto-foto selfie pelanggan bersama produk Kedai Ice Cream 123 kesukaan pelanggan.

4.3.4. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Aspek Pemasaran

Perbandingan antara perencanaan bisnis dan realitas aspek pemasaran

Kedai Ice Cream 123 akan ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas STP

No	Keterangan	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Evaluasi/Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	<i>Segmenting</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Geografis: Untuk konsumen di wilayah Kabupaten Pati - Demografi: Untuk kalangan menengah dari segi usia anak-anak sampai remaja /pemuda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Geografis: Konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 berasal dari wilayah Kabupaten Pati baik dari dalam Kecamatan Pati maupun luar Kecamatan Pati - Demografi: Konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 rata-rata berasal dari kalangan menengah, yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Dari segi gender lebih didominasi wanita, akan tetapi perbedaan jumlah antara pria dan wanita sangatlah tipis. Sedangkan, dari segi usia, 	Kurang baik dari perencanaan, Ketidaksesuaiannya adalah pada aspek demografi. Pada perencanaan bisnis, demografinya adalah untuk kalangan menengah dari segi usia anak-anak sampai remaja/pemuda. Tetapi pada realitasnya segmen demografinya adalah dari kalangan remaja hingga pemuda, sehingga segmen anak-anak belum tercapai.	Program pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 lebih berfokus pada media sosial, sehingga segmen pasar secara demografi yang terkena program pemasaran tersebut lebih banyak adalah dari kalangan remaja hingga pemuda berusia 15 tahun – 27 tahun. Selain itu, konsep Kedai Ice Cream 123 yang menonjolkan kesan “nongkrong” membuat

			<p>konsumen yang datang di Kedai Ice Cream 123 didominasi oleh usia remaja hingga pemuda yaitu antara usia 15 tahun sampai 27 tahun</p>		<p>kalangan remaja dan pemuda lebih tertarik untuk datang ke Kedai Ice Cream 123 dibandingkan dengan kalangan anak-anak.</p>
	<p><i>Targeting</i></p>	<p>- Pasar sasaran secara geografis ditujukan untuk pecinta <i>ice cream</i> bertempat tinggal atau berdomisili di Kabupaten Pati.</p> <p>- Pasar sasaran secara demografis ditujukan untuk kalangan menengah laki-laki dan perempuan dari usia 4 sampai 25 tahun.</p>	<p>- Dalam melakukan kegiatan pemasaran, Secara geografis, pihak Kedai Ice Cream 123 menargetkan pada masyarakat atau calon konsumen yang berdomisili atau bertempat tinggal di wilayah Kabupaten Pati baik di dalam Kecamatan pati maupun diluar Kecamatan Pati</p> <p>- Dalam melakukan kegiatan pemasaran, pihak Kedai Ice Cream 123 menargetkan pada masyarakat yang berusia remaja hingga pemuda yaitu dari usia 15 tahun sampai 27 tahun, kalangan pelajar dan mahasiswa, kalangan menengah baik pria maupun wanita sehingga desain pemasaran yang digunakan menyesuaikan dengan target pasar</p>	<p>Kurang baik dari perencanaan, ketidaksesuaian nya adalah pada pasar sasaran secara demografis. Pada perencanaan bisnis, pasar sasaran secara demografis ditujukan untuk kalangan menengah laki-laki dan perempuan dari usia 4 sampai 25 tahun. Akan tetapi, dalam realitasnya pasar sasaran secara demografis yang dituju adalah remaja hingga pemuda usia 15 sampai 27 tahun sehingga anak-anak usia 4 sampai 14 tahun belum tercapai.</p>	<p>Program pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 lebih berfokus pada media sosial, sehingga pasar sasaran secara demografi yang terkena program pemasaran tersebut lebih banyak adalah dari kalangan remaja hingga pemuda berusia 15 tahun – 27 tahun. Selain itu, konsep Kedai Ice Cream 123 yang menonjolkan kesan “nongkrong” membuat kalangan remaja dan pemuda lebih tertarik untuk datang ke Kedai Ice Cream 123 dibandingkan dengan kalangan anak-anak berusia dibawah 15 tahun.</p>

3	<i>Positioning</i>	Tempat tongkrongan pertama di Kabupaten Pati dengan <i>Ice Cream</i> sebagai bahan dasar / bahan pelengkap pada hidangannya.	Kedai Ice Cream 123 mengutamakan kualitas dan kecepatan pelayanan serta kualitas dan keunikan produk Ice Cream agar Kedai Ice Cream 123 dapat selalu menjadi tempat tongkrongan yang menggunakan Ice Cream sebagai bahan dasar / bahan pelengkap pertama dan unggulan di Kabupaten Pati	Sudah sesuai dengan perencanaan, pada realitasnya, Kedai Ice Cream 123 dapat memosisikan produknya sebagai yang pertama dan terlengkap di Kabupaten Pati. Dan memosisikan pelayanannya sebagai yang berkualitas di Kabupaten Pati	Kedai Ice Cream 123 berpegang teguh pada konsep awal pada perencanaan bisnis untuk menjadikan Kedai Ice Cream 123 tempat tongkrongan yang menggunakan Ice Cream sebagai bahan dasar / bahan pelengkap pertama dan unggulan di Kabupaten Pati dengan selalu meningkatkan kualitas dan kecepatan pelayanan serta kualitas dan keunikan produk Ice Cream
---	--------------------	--	---	--	---

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Tabel 4.3. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Bauran Pemasaran

No	Keterangan	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Evaluasi/Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	<i>Product</i>	<i>Ice cream POT, Ice Cream Cone, dan 3in1 Ice Cream</i>	<p>a. Menu varian <i>ice cream</i> : Banana Split Strawberry Ice Cream, Rainbow Ice Cream, Pisberrylatte Ice Cream, Kuburan Mantan Ice Cream, Bubble Ice Cream, Peanut Chesse Ice Cream, Timtam Mix Ice Cream, Ice Cream Pot, Singapore Ice Cream, Durian original Ice Cream, Chocolate Original Ice Cream, Vanilla Original Ice Cream, Strawberry Original Ice Cream, 3 in 1 Ice Cream, Melon Squash Blue, Lychee Squash Blue, Cappucino Float Chocolate, Fanta Float Strawberry, Milo Float Vanilla, Milo Float Chocolate, Durian Hula-Hula, Strawberry Hula-Hula, Cone Ice Cream, Pico Ice Cream, Cavan Ice Cream, Navas Ice Cream, Ortodoks Ice Cream, Mavia Ice Cream, Stress Ice Cream, Lovely Ice Cream, Noodle Ice Cream.</p> <p>b. Menu non <i>ice cream</i>: Sosis Bakar 123, Bakso Bakar 123, Sate Guling 123, Tikar Copi, dan aneka makanan ringan</p>	Lebih baik dari perencanaan , pada saat pendirian Kedai Ice Cream 123 hanya menyediakan tiga macam produk, namun selama satu tahun beroperasi sudah ada penambahan sebanyak 27 menu Ice Cream dan lima menu penunjang (selain ice cream)	Semakin berjalannya waktu, Pemilik merasa perlu menambahkan variasi menu baru agar pelanggan tidak bosan dengan menu yang ada. Selain itu, penambahan menu juga sebagai salah satu teknik pemasaran yang menambah daya tarik dari Kedai Ice Cream 123 agar target pasar yang sebelumnya belum terjangkau dapat terjangkau.

2	<i>Price</i>	<p>Harga yang ditawarkan oleh Kedai Ice Cream 123 sekitar 2x dari harga bahan baku/HPP(Harga Pokok Produksi) produk</p>	<p>Metode penetapan harga yang dilakukan oleh Pemilik Kedai Ice Cream 123 adalah dengan metode berbasis permintaandemand back pricing yaitu dengan perkiraan harga sesuai dengan daya beli masyarakat di Kabupaten Pati / harga yang tersedia dibayar oleh konsumen. Metode lain yang dipakai adalah dengan metode berbasis persaingan at market pricing yaitu dengan membandingkan harga dengan produk sejenis yang ada di Semarang</p>	<p>Kurang baik dari perencanaan, metode penetapan harga yang dipakai oleh Kedai Ice Cream 123 berbeda dengan metode yang direncanakan. Pada realitasnya, Kedai Ice Cream 123 menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan dan persaingan sedangkan pada perencanaannya, metode yang direncanakan adalah dengan metode berbasis biaya</p>	<p>Pemilik kesulitan menentukan harga suatu produk menurut perencanaan, sehingga pemilik memilih melakukan perbandingan dan perkiraan harga sesuai daya beli masyarakat</p>
3	<i>Place</i>	<p>Saluran distribusi produk akan dipilih lokasi yang dekat</p>	<p>Saluran distribusi Kedai Ice Cream 123 termasuk kedalam jenis distribusi langsung, yaitu sistem distribusi yang dilakukan</p>	<p>Lebih baik dari perencanaan, Pada perencanaan</p>	<p>Pada perencanaan bisnis, belum menjelaskan jenis saluran distribusinya dan</p>

		<p>dengan pusat kota yakni Simpang Lima Pati. Beberapa alternatif lokasi yang sudah ada yakni di Jalan Pemuda (jalan protokol), Jalan DrSusanto (dekat RSUD), dan Jalan Supriyadi (Dekat Gereja Santo Yusuf Pati).</p>	<p>langsung oleh produsen kepada konsumen. Saluran distribusi ini berawal dari <i>supplier</i> berupa pasar dan toko grosir yang menjual bahan baku utama dan pendukung kepada Kedai Ice Cream 123 yang berada di Jalan Pemuda no. 335 Pati untuk membuat produknya. Selanjutnya, Kedai Ice Cream 123 menjual produknya kepada konsumen akhir</p>	<p>annya tidak menjelaskan jenis saluran distribusinya dan bagaimana alur distribusi dari Kedai Ice Cream 123</p>	<p>bagaimana alur distribusi Kedai Ice Cream 123. Akan tetapi pada realitasnya, jenis saluran distribusinya dan produk yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah berjalan dengan baik karena lokasi Kedai Ice Cream 123 yang strategis sehingga <i>supplier</i> mudah mendistribusikan bahan baku produk kepada Kedai Ice Cream 123. Selain itu, konsumen juga mudah mendapatkan produk Kedai Ice Cream 123.</p>
4	Promotion	<p>Dengan membuat media sosial (Facebook, Instagram, Twitter), menyebar brosur iklan dan promo, pemasangan banner, dan <i>word of mouth</i>.</p>	<p>Mengiklan di media sosial seperti Instagram dan Facebook, mendaftarkan lokasi Kedai Ice Cream 123 di <i>Google Maps</i> dan <i>Google My Business</i>, Menyebarkan brosur Kedai Ice Cream 123, Memasang MMT di depan Kedai Ice Cream 123, melakukan promosi beli 10 gratis 1, melakukan promosi gratis 1 ice cream Singapore bagi yang berulang tahun di hari ini dengan menunjukkan identitas diri, memberikan hadiah</p>	<p>Lebih baik dari perencanaan, Pada realitasnya, Kedai Ice Cream 123 melakukan lebih banyak kegiatan pemasaran melalui kegiatan pemasaran digital maupun konvensional</p>	<p>Melihat realita yang ada, belum seluruh masyarakat di Kabupaten Pati menjadi pelanggan Kedai Ice Cream 123, maka perlu lebih lagi melakukan kegiatan promosi</p>

			berupa jam dinding, kaos, dan stiker berlogo Kedai Ice Cream 123 di hari pelanggan nasional.		
5	<i>People</i>	Pekerja atau karyawan aktual antara lain :1 <i>manager</i> , 1 <i>marketer</i> , 2 <i>pelayan</i> sekaligus pembuat hidangan.	Manajer berjumlah 1 orang, <i>Marketer</i> berjumlah 1 orang, <i>Cashier</i> berjumlah 1 orang, Pelayan sekaligus menyaji hidangan berjumlah 2 orang	Lebih baik dari perencanaan , pada realitas berjalannya bisnis, terdapat penambahan satu karyawan yang menempati posisi sebagai kasir	Melihat realita yang ada, perlu ada penambahan satu karyawan yang khusus dipercaya menjaga <i>cashier</i> agar memudahkan kontrol terhadap uang yang masuk dan keluar.
6	<i>Process</i>	Alur proses pelayanan di Kedai Ice Cream 123 adalah dimulai dengan menyambut pelanggan yang datang, memberikan menu ke pelanggan, mencatat pesanan, membuat pesanan, menyajikan hidangan yang telah dipesan, pelanggan membayar ketika telah selesai, mengucapkan terima kasih	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayan memberikan ucapan selamat datang di Kedai Ice Cream 123 - Memberikan buku menu kepada pelanggan - Mencatat pesanan - Membuatkan pesanan - Menyajikan hidangan yang dipesan - Pelanggan melakukan transaksi pembayaran - Pelayan mengucapkan terima kasih kepada pelanggan - Pelayan membersihkan peralatan makan, meja, kursi, dan kotoran lainnya. 	Sudah sesuai dengan perencanaan , Standar alur proses pelayanan yang diterapkan di Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan.	Alur proses pelayanan di Kedai Ice Cream 123 telah sesuai dengan perencanaan bisnis yang mencakup pelayanan kepada konsumen dari konsumen datang sampai meninggalkan Kedai Ice Cream 123 sehingga pelayan / karyawan Kedai Ice Cream 123 memiliki standar dalam melayani konsumen. Selain itu, pemilik Kedai Ice Cream 123 dapat menjadikan alur proses pelayanan

		kepada pelanggan, membersihkan meja dan kursi.			tersebut sebagai dasar untuk menilai kinerja karyawan dan dapat menjadi teknik pemasaran yang menambah daya tarik dari Kedai Ice Cream 123 agar target pasar yang sebelumnya belum terjangkau dapat terjangkau
7	<i>Physical Evidence</i>	Mendesain interior kedai dengan hiasan yang menarik bagi anak-anak dan remaja.	Pemilik mendesain Kedai Ice Cream 123 dengan konsep “selfie” yang menjadi fenomena anak muda jaman sekarang dengan menyediakan tempat memajang foto-foto selfie pelanggan bersama produk Kedai Ice Cream 123 kesukaan pelanggan.	Lebih baik dari perencanaan, Pada perencanaan bisnis tidak menjelaskan secara rinci konsep apa yang akan digunakan untuk mendesain interior Kedai Ice Cream 123	Konsep “selfie” digunakan sebagai dasar untuk mendesain <i>interior</i> Kedai Ice Cream 123 membuat target pasar Kedai Ice Cream 123 menjadi remaja hingga pemuda

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

4.3.5. Tindakan Korektif pada Aspek Pemasaran

Tindakan korektif yang perlu dilakukan antara lain:

1. Memperkuat pasar sasaran yang telah dicapai dengan melakukan berbagai program yang dapat membuat pasar kalangan remaja dan pemuda semakin antusias terhadap Kedai Ice Cream 123. Berbagai cara yang dapat dilakukan antara lain: Menambah kesan

“nongkrong” semakin kuat dengan menambah fasilitas pendukung seperti *wifi* dan *air conditioner*; memperluas area Kedai Ice Cream 123 dan menata ulang posisi meja dan kursi agar jarak antar meja satu dengan meja yang lain tidak terlalu sempit; menambah ornamen-ornamen yang dapat dijadikan latar belakang untuk berfoto selfie; melatih pelayan agar lebih luwes (tidak kaku) dan “gaul” dalam melayani pasar kalangan remaja dan pemuda.

2. Mengkaji kembali semua produk yang ditawarkan oleh Kedai Ice Cream 123 apakah sudah sesuai dengan permintaan masyarakat atau belum sehingga produk yang ditawarkan tidak hanya laku secara temporer / sementara. Cara yang dapat dilakukan untuk mengkaji produk-produk Kedai Ice Cream 123 masih layak untuk diproduksi atau tidak yaitu dengan :
 - Mencatat jumlah produk yang terjual selama satu tahun terakhir yang dikelompokkan dalam bulanan.
 - Melihat *trend* per produk setiap bulan selama satu tahun terakhir.
 - Menyimpulkan produk apa saja yang memiliki peningkatan penjualan dan produk apa saja yang mengalami penurunan penjualan.
 - Melakukan promosi kembali pada produk yang mengalami penurunan trend penjualan selama satu bulan.

- Melihat kembali apakah promosi tersebut berpengaruh dengan penjualan produk-produk yang mengalami penurunan trend penjualan.
 - Mengeliminasi produk yang tidak dapat ditingkatkan lagi penjualannya.
 - Terus berinovasi dengan membuat produk baru yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Menentukan kembali harga jual produk agar Kedai Ice Cream 123 mendapatkan laba yang lebih jelas dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya *cost plus persentage of cost pricing*.
Cara menentukannya adalah :
- Menghitung Harga Pokok Produksi dengan metode *variable costing* dengan cara menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel.
 - Menentukan tingkat keuntungan yang diinginkan dengan memperhatikan daya beli masyarakat.
 - Menjumlahkan harga pokok produksi dengan tingkat keuntungan yang diharapkan.
4. Mengkaji kembali jabatan *cashier* apakah perannya benar-benar dibutuhkan oleh Kedai Ice Cream 123 atau tidak, kegiatan evaluasi ini penting karena jika jabatan *cashier* tidak dibutuhkan maka akan

terjadi kelebihan karyawan dan akan berdampak pada biaya gaji karyawan.

5. Merenovasi *interior* kedai Ice Cream 123 dengan menambah sedikit ornamen yang menarik target sasaran anak-anak seperti *action figure* pada meja atau dinding.

4.3.6. Rencana Pengembangan pada Aspek Pemasaran

Rencana pengembangan yang perlu dilakukan antara lain:

1. Pengembangan segmen pasar dan target pasar yang dituju agar mulai membidik konsumen yang berdomisili di luar Kabupaten Pati yang dimulai dengan membidik konsumen dari Kota tetangga seperti Kudus (barat), Jepara (utara), Rembang (timur), dan Purwodadi (selatan).
2. Membuat inovasi produk-produk berbahan dasar atau berbahan pelengkap *ice cream* yang unik dan dapat menjadi *trend / booming* di masyarakat.
3. Membeli area hak milik yang potensial untuk dijadikan tempat bisnis agar tidak menyewa tempat lagi serta memiliki area yang lebih luas dari luas area yang sekarang. Hal tersebut perlu dilakukan karena dari hasil penelitian, mayoritas responden mengeluhkan area Kedai Ice Cream 123 yang kurang luas dan jarak antar meja yang terlalu sempit.
4. Melakukan kegiatan pemasaran melalui media elektronik seperti radio lokal (Harbos FM, dan lain-lain) serta televisi lokal (Simpang

Lima TV) agar Kedai Ice Cream 123 dapat dikenal sampai pelosok Kabupaten Pati hingga ke Kota lain yang berbatasan dengan Kabupaten Pati.

5. Merekrut chef pembuat ice cream agar dapat menghasilkan inovasi produk ice cream yang lebih baik.
6. Menggunakan jasa *design interior* untuk merenovasi gedung Kedai Ice Cream 123 agar desainnya lebih rapi dan menarik pelanggan.

4.4. Realitas Aspek Operasi

4.4.1. Realitas Fasilitas dan Inventaris Kedai Ice Cream 123

Berikut ini akan dijabarkan daftar peralatan dan fasilitas yang telah ada di Kedai Ice Cream 123 selama satu tahun operasional.

1. Peralatan makan: Peralatan makan di Kedai Ice Cream 123 menggunakan peralatan makan berbahan melamin dan berwarna-warni agar menarik perhatian pelanggan dan menyesuaikan warna Ice Cream serta *topping* yang warna-warni. Selain itu, peralatan makan di Kedai Ice Cream 123 merupakan produksi dalam negeri yang berstandar *food grade*.
2. Kursi, Meja, Karpet, dan Meja Lesehan: Terdapat dua jenis meja di Kedai Ice Cream 123, yang pertama yaitu meja bundar dan kedua adalah meja lesehan. Terdapat 6 unit meja bundar berbahan aluminium dan 2 unit meja lesehan berbahan kayu yang dipesan dari tukang pembuat meja di Pasar Puri Pati. Kemudian, terdapat 18 unit kursi bersandar dan

2 buah karpet lantai bermotif kartun yang dibeli di toko perabot rumah tangga “eny” Pati.

3. *Sound System*: Kedai Ice Cream 123 menggunakan *Sound System* dual Speaker Stereo dinding bermerk Polytron yang memiliki input *Flashdisk, Micro SD, AUX*, dan Radio.
4. *Freezer* dan Kulkas: Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit kulkas dua pintu bermerk Sharp dengan tipe SJ-195MD. Sedangkan, terdapat 2 unit *Ice Cream Freezer* bermerk Sharp dengan tipe FRV 200.
5. Kipas Angin: Kedai Ice Cream 123 menggunakan 2 unit kipas angin dinding bermerk Maspion agar tidak menghabiskan ruang yang ada serta angin yang dihembuskan dapat merata ke seluruh ruangan.
6. *Handphone*: Kedai Ice Cream 123 menggunakan *handphone* merk Sony dengan sistem operasi android agar memudahkan untuk layanan reservasi dan kegiatan pemasaran media sosial.
7. Lemari Loker : Kedai Ice Cream 123 menggunakan lemari loker bermerk “club” dengan 6 pintu agar dapat menyimpan perlengkapan karyawan lebih banyak.
8. *Blender*: Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit blender bermerk Maspion.
9. Dispenser: Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit dispenser *hot and cool* bermerk miyoko.

10. Kompor bakar tanpa asap: Kedai Ice Cream 123 menggunakan kompor bakar tanpa asap merk Getra untuk membakar sosis, bakso, dan sate guling agar tidak menghasilkan asap.
11. Televisi: Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit televisi 21” merk Sharp untuk hiburan pelanggan yang menikmati hidangan di Kedai Ice Cream 123.
12. Mesin Kasir : Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit mesin kasir merk Casio Tipe SE-S10 untuk mempermudah transaksi pembayarann dan pencatatan serta pengawasan keuangan.

4.4.2. Realitas Lokasi dan *Layout* Kedai Ice Cream 123

1. Lokasi

Kedai Ice Cream 123 berlokasi di Jalan Pemuda no. 335 Pati, pemilik memilih lokasi tersebut dengan mempertimbangkan lokasi tersebut berada di tengah kota, dekat dengan Alun-alun pati, dekat dengan jalan pantura dan Swalayan ADA.



Gambar 4.5. Lokasi Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer (2016)

2. Tata Letak

Berikut ini akan ditampilkan kondisi tata letak Kedai Ice Cream 123 pada saat penelitian.



Gambar 4.6. Area Lesehan Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer (2016)



Gambar 4.7. Area Kursi dan Meja Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer (2016)





Gambar 4.8. Area dapur, kasir, dan toilet Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer (2016)

4.4.3. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Aspek Operasi

Perbandingan antara perencanaan bisnis dan realitas aspek operasi Kedai Ice

Cream 123 akan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4. Perbandingan Perencanaan dan Realitas Fasilitas dan Inventaris

No	Keterangan	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Evaluasi/Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	Peralatan makan	Peralatan makan menggunakan peralatan makan berkarakter kartun	Peralatan makan menggunakan peralatan makan berbahan melamin dan berwarna-warni agar menarik perhatian pelanggan dan menyesuaikan warna Ice Cream serta <i>topping</i> yang warna-warni. Selain itu, peralatan makan di Kedai Ice Cream 123 merupakan produksi dalam negeri yang berstandar <i>food grade</i>	Lebih baik dari perencanaan, realitas peralatan makan yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 berbeda dengan yang direncanakan. Perencanaannya menggunakan peralatan makan yang berwarna-warni sedangkan yang direncanakan adalah peralatan makan berkarakter kartun	Peralatan makan yang memiliki gambar karakter kartun memiliki harga yang jauh lebih mahal, sehingga karena keterbatasan biaya, pemilik berinisiatif untuk membeli peralatan makan yang berwarna-warni agar tetap dapat menarik pelanggan. Menurut penelitian yang telah dilakukan, mayoritas pelanggan tidak memperlakukan desain dari peralatan makan, akan tetapi lebih peduli pada kebersihan peralatan makan. Sehingga perubahan desain yang terjadi tidak mempengaruhi target pasar yang dituju.

2	Kursi, meja, Karpets, dan meja lesehan	Meja berbentuk bulat agar nyaman untuk nongkrong	Terdapat dua jenis meja di Kedai Ice Cream 123, yang pertama yaitu meja bundar dan kedua adalah meja lesehan. Terdapat 6 unit meja bundar berbahan alumunium dan 2 unit meja lesehan berbahan kayu yang dipesan dari tukang pembuat meja di Pasar Puri Pati. Kemudian, terdapat 18 unit kursi bersandar dan 2 buah karpets lantai bermotif kartun yang dibeli di toko perabot rumah tangga “eny” Pati	Lebih baik dari perencanaan , pada perencanaan bisnis hanya menjelaskan tentang spesifikasi meja. Sedangkan pada realitasnya terdapat dua jenis meja, kursi, dan karpets yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123	Karena kapasitas ruangan Kedai Ice Cream 123 tidak mencukupi sehingga pemilik membuat area lesehan agar mampu menampung banyak pelanggan. Maka dari itu dibutuhkan meja lesehan dan karpets.
3	<i>Sound System</i>	Dipilih sound system dengan dua speaker yang ditempel di dinding agar suaranya merata ke seluruh ruangan	Kedai Ice Cream 123 menggunakan <i>Sound System</i> dual Speaker Stereo dinding bermerk Polytron yang memiliki input <i>Flashdisk, Micro SD, AUX</i> , dan Radio	Sudah sesuai dengan perencanaan , Pada realitas berjalannya bisnis, Kedai Ice Cream 123 menggunakan <i>Sound System</i> dual Speaker Stereo dinding sesuai dengan perencanaan bisnis	<i>Sound System</i> yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan, suara yang dihasilkan mampu terdengar baik dari dalam dan luar Kedai Ice Cream 123, dan <i>input</i> yang dimiliki cukup lengkap sehingga dapat memutar lagu dari banyak perangkat.

4	<i>Freezer</i> dan Kulkas	Kulkas berjumlah 1 unit, dan freezer 2 unit.	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit kulkas dua pintu bermerk Sharp dengan tipe SJ-195MD. Sedangkan, terdapat 2 unit <i>Ice Cream Freezer</i> bermerk Sharp dengan tipe FRV 200	Sudah sesuai dengan perencanaan , Pada realitas berjalannya bisnis, Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit kulkas dan 2 unit freezer sesuai dengan perencanaan bisnis	Kulkas dan <i>freezer</i> yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan dan mampu menyimpan bahan baku dan bahan pelengkap untuk membuat produk karena kapasitas yang memadai
5	Kipas Angin	Kipas angin dinding berjumlah 2 unit	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 2 unit kipas angin dinding bermerk Maspion agar tidak menghabiskan ruang yang ada serta angin yang dihembuskan dapat merata ke seluruh ruangan	Sudah sesuai dengan perencanaan , Pada realitas berjalannya bisnis, Kedai Ice Cream 123 menggunakan 2 unit kipas angin dinding sesuai dengan perencanaan bisnis	Kipas angin yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan dan angin yang dihasilkan sudah mencakup seluruh ruangan di dalam Kedai Ice Cream 123 walaupun masih terasa panas saat musim kemarau
6	<i>Handphone</i>	Digunakan untuk layanan reservasi dan promosi media online berjumlah 1 unit	Kedai Ice Cream 123 menggunakan <i>handphone</i> merk Sony dengan sistem operasi android agar memudahkan untuk layanan reservasi dan kegiatan pemasaran	Sudah sesuai dengan perencanaan , Pada realitas berjalannya bisnis,	<i>Handphone</i> yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan dan spesifikasinya sudah mampu menunjang kegiatan pemasaran

			media sosial.	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit handphone untuk layanan reservasi dan kegiatan pemasaran media sosial walaupun pada perencanaan tidak dijelaskan spesifikasi <i>handphone</i> yang akan digunakan.	yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123
7	Lemari Loker	Digunakan untuk menyimpan peralatan pegawai berjumlah 1 unit	Kedai Ice Cream 123 menggunakan lemari loker bermerk “club” dengan 6 pintu agar dapat menyimpan perlengkapan karyawan lebih banyak	Sudah sesuai dengan perencanaan , Pada realitas berjalannya bisnis, Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit lemari loker untuk menyimpan perlengkapan karyawan walaupun pada perencanaan	Lemari loker yang digunakan oleh Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan dan ruang untuk barang sudah memadai untuk tempat penyimpanan perlengkapan karyawan

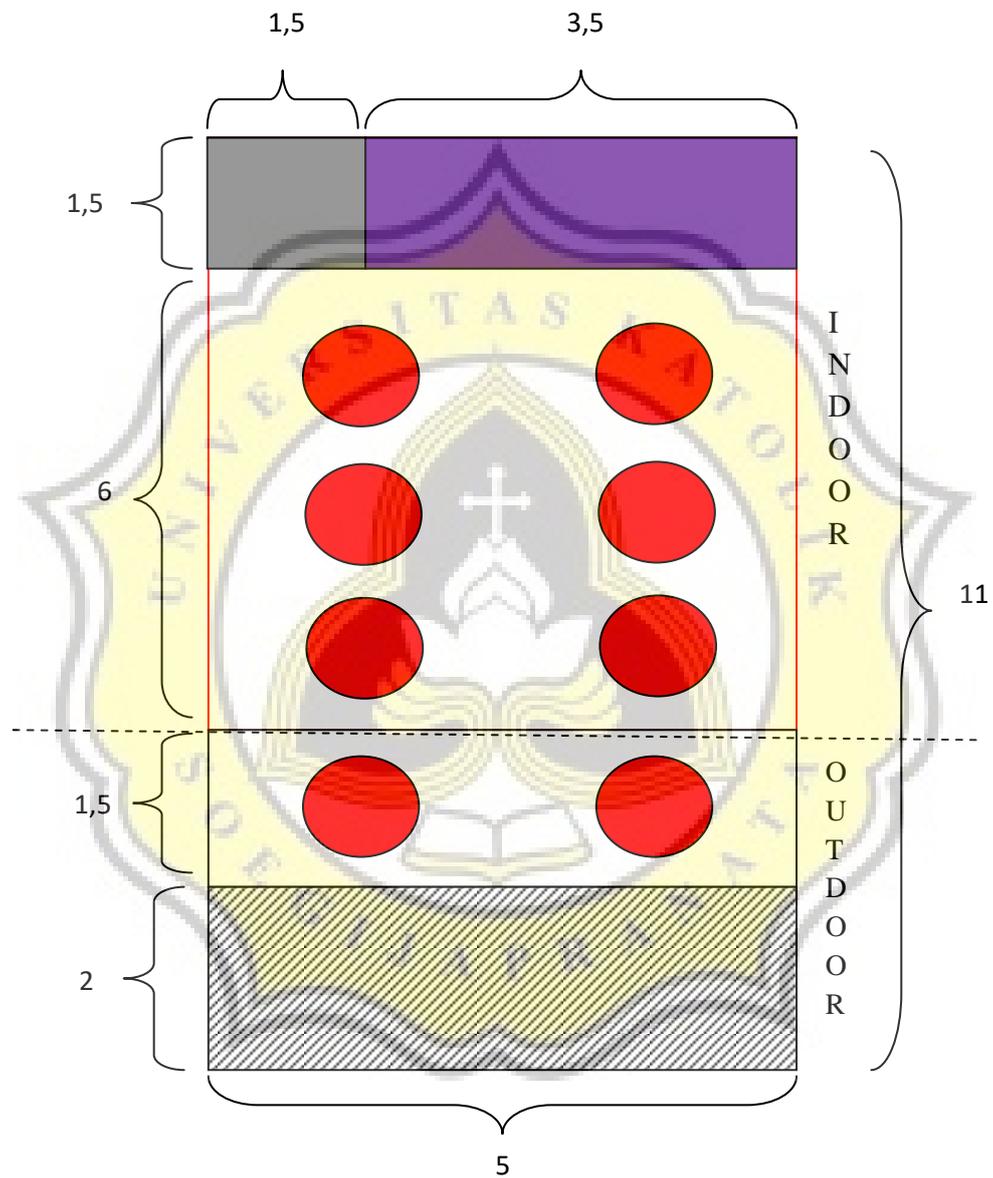
				annya tidak dijelaskan bagaimana spesifikasi lemari loker yang akan digunakan.	
8	<i>Blender</i>	-	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit blender bermerk Maspion	Lebih baik dari perencanaan , pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian <i>blender</i>	Produk baru yang membutuhkan <i>blender</i> untuk mengolahnya
9	Dispenser	-	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit dispenser <i>hot and cool</i> bermerk miyoko	Lebih baik dari perencanaan , pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian dispenser	Produk baru yang membutuhkan air mineral sebagai bahan pembuatnya dan penambahan <i>free mineral water</i> untuk pelanggan yang memesan produk Ice Cream
10	Kompore bakar tanpa asap	-	Kedai Ice Cream 123 menggunakan kompor bakar tanpa asap merk Getra untuk membakar sosis, bakso, dan sate guling agar tidak menghasilkan asap	Lebih baik dari perencanaan , pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian kompor bakar tanpa asap	Produk baru yang membutuhkan kompor bakar tanpa asap untuk mengolahnya
11	Televisi	-	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit	Lebih baik dari	Tambahan hiburan untuk pelanggan

			televisi 21” merk Sharp untuk hiburan pelanggan yang menikmati hidangan di Kedai Ice Cream 123	perencanaan , pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian televise	agar dapat betah nongkrong di Kedai Ice Cream 123
12	Mesin Kasir	-	Kedai Ice Cream 123 menggunakan 1 unit mesin kasir merk Casio Tiper SE-S10 untuk mempermudah transaksi pembayarann dan pencatatan serta pengawasan keuangan	Lebih baik dari perencanaan , pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian mesin kasir	Karena semakin bertambahnya produk yang dijual, mempermudah proses transaksi pembayaran, dan pengawasan terhadap keuangan maka dibutuhkan mesin kasir

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

4.4.4. Perbandingan Perencanaan dan Realitas Lokasi dan *Layout*

1. Perencanaan Tata Letak Kedai Ice Cream 123



Skala: 1:1m

Gambar 4.9. Perencanaan Tata Letak Kedai Ice Cream 123

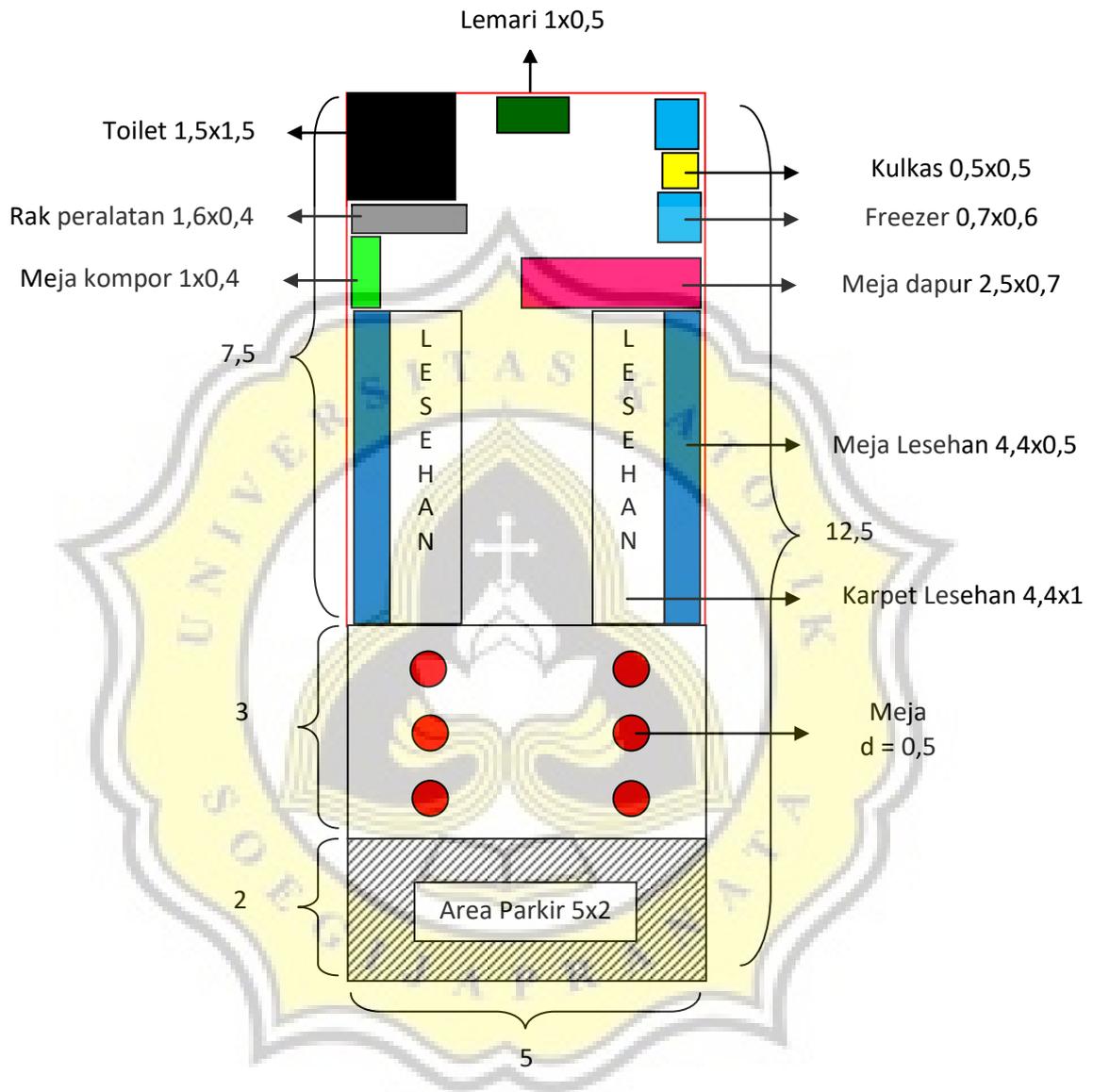
Sumber: Data Sekunder (2015)

Keterangan:

1. Toilet → 
2. Dapur → 
3. Meja dan Kursi → 
4. Tempat Parkir → 



2. Implementasi Tata Letak Kedai Ice Cream 123



Skala: 1:1m

Gambar 4.10. Implementasi Tata Letak Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

3. Evaluasi / Identifikasi Sebab Penyimpangan

Implementasi tata letak Kedai Ice Cream 123 **Lebih baik dari perencanaan bisnis**, alasannya adalah karena untuk menampung pelanggan yang ramai diperlukan penambahan kapasitas tempat duduk, maka untuk mengatasinya dibuat area lesehan agar kapasitas tempat duduk dapat lebih banyak dibandingkan menggunakan meja dan kursi dengan minimnya luas area Kedai Ice Cream 123.

4.4.5. Tindakan Korektif pada Aspek Operasi

Tindakan korektif yang perlu dilakukan antara lain:

1. Mengkaji kembali apakah minat beli pelanggan menjadi lebih tinggi dengan menggunakan peralatan makanan yang berwarna-warni dibanding dengan menggunakan peralatan makan berkarakter kartun atau dengan konsep peralatan makan lainnya.
2. Mengatur kembali tata meja dan kursi untuk memaksimalkan kapasitas ruang yang ada untuk menampung pelanggan dengan memperhatikan akses jalan yang baik.

4.4.6. Rencana Pengembangan pada Aspek Operasi

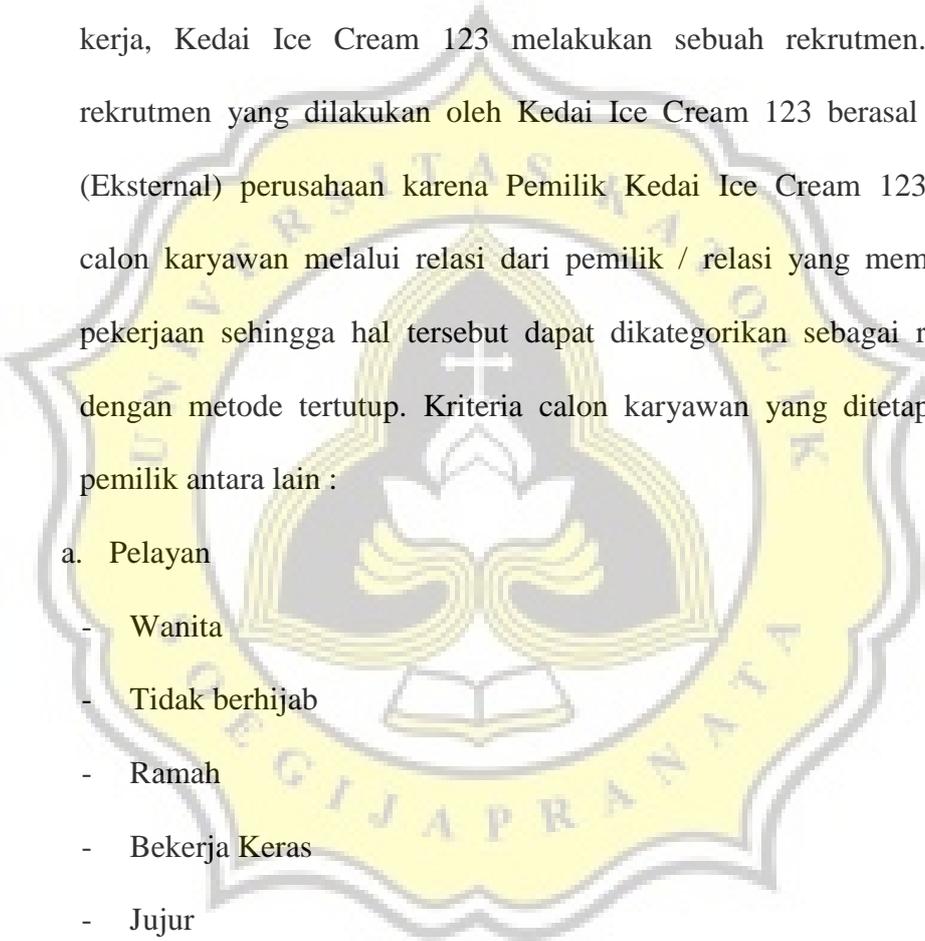
Rencana pengembangan yang perlu dilakukan di Kedai Ice Cream 123 pada aspek operasi antara lain:

1. Sesuai dengan konsep Kedai Ice Cream 123 yaitu “Pusat tongkrongan *Ice Cream* terlengkap pertama di Kabupaten Pati”, maka Kedai Ice Cream 123 perlu memberikan fasilitas kepada pelanggan agar konsep “nongkrong” tersebut dapat tercipta di Kedai Ice Cream 123. Beberapa fasilitas yang dapat ditambahkan agar suasana “nongkrong” dapat terbentuk adalah menambahkan *wifi* dan *air conditioner*.
2. Kedai Ice Cream 123 perlu memperluas area Kedai dengan menyewa atau membeli area lain yang lebih luas dan strategis dengan tujuan agar jarak antara meja satu dengan meja yang lain tidak terlalu sempit sehingga memudahkan akses jalan dan pelanggan dapat lebih nyaman “nongkrong” di Kedai Ice Cream 123.

4.5. Realitas Aspek Sumber Daya Manusia

4.5.1. Realitas Rekrutmen Sumber Daya Manusia Kedai Ice Cream 123

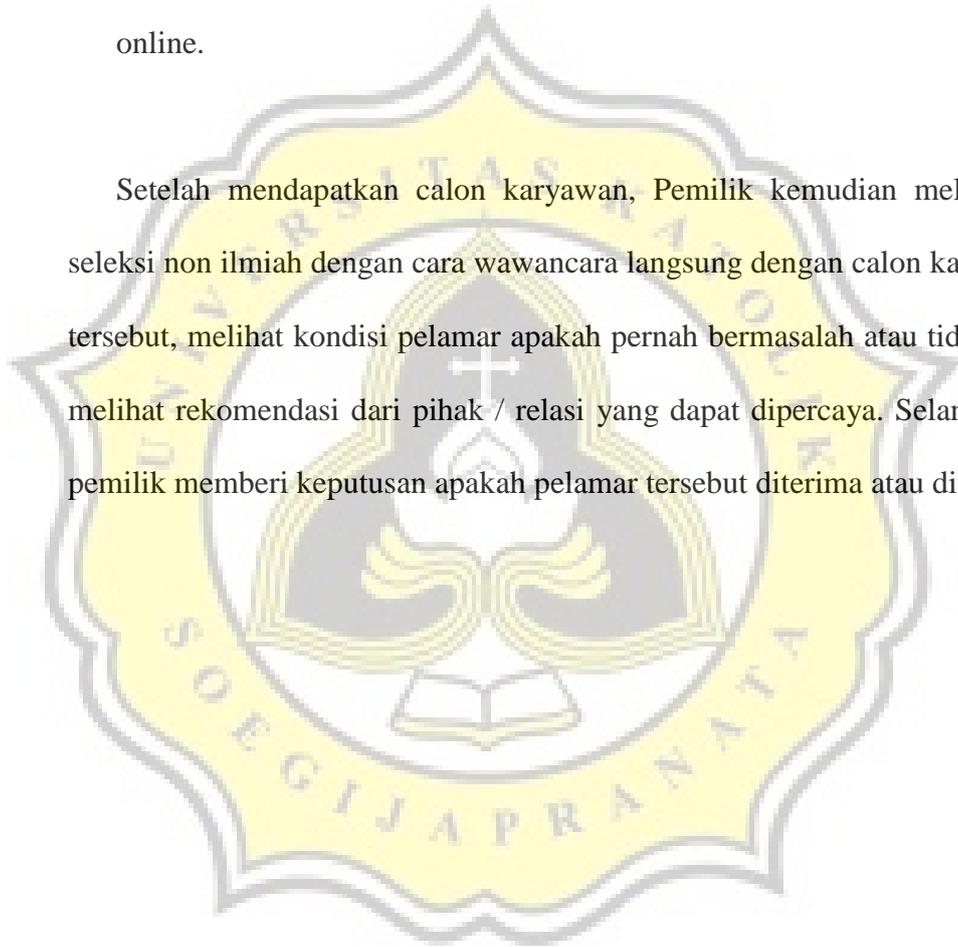
Sebagai bisnis yang baru berdiri, Kedai Ice Cream 123 memerlukan tenaga kerja agar dapat menjalankan bisnisnya. Untuk mendapatkan tenaga kerja, Kedai Ice Cream 123 melakukan sebuah rekrutmen. Sumber rekrutmen yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 berasal dari luar (Eksternal) perusahaan karena Pemilik Kedai Ice Cream 123 mencari calon karyawan melalui relasi dari pemilik / relasi yang membutuhkan pekerjaan sehingga hal tersebut dapat dikategorikan sebagai rekrutmen dengan metode tertutup. Kriteria calon karyawan yang ditetapkan oleh pemilik antara lain :

- 
- a. Pelayan
 - Wanita
 - Tidak berhijab
 - Ramah
 - Bekerja Keras
 - Jujur
 - b. Kasir
 - Wanita
 - Tidak berhijab
 - Ramah
 - Teliti

- Bekerja Keras
 - Jujur
- c. Marketer

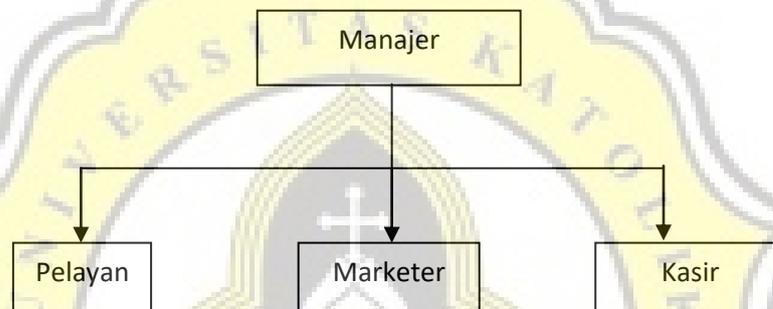
Untuk jabatan marketer, pemilik memilih mempekerjakan bagian dari anggota keluarganya dengan alasan menguasai pemasaran secara online.

Setelah mendapatkan calon karyawan, Pemilik kemudian melakukan seleksi non ilmiah dengan cara wawancara langsung dengan calon karyawan tersebut, melihat kondisi pelamar apakah pernah bermasalah atau tidak, dan melihat rekomendasi dari pihak / relasi yang dapat dipercaya. Selanjutnya, pemilik memberi keputusan apakah pelamar tersebut diterima atau ditolak.



4.5.2. Realitas Struktur Organisasi Kedai Ice Cream 123

Struktur organisasi Kedai Ice Cream 123 terdiri atas manajer yang berfungsi mengontrol jalannya usaha dalam aspek pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Sedangkan, pelayan, *marketer*, dan kasir yang bertanggung jawab kepada manajer. Berikut ini merupakan struktur organisasi Kedai Ice Cream 123 pada saat penelitian.



Gambar 4.11. Struktur Organisasi Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

4.5.3. Realitas Deskripsi Pekerjaan dan Jumlah Karyawan Kedai Ice Cream 123

Berikut ini akan dijabarkan deskripsi pekerjaan dan jumlah karyawan di Kedai Ice Cream 123 selama satu tahun operasional.

- ➔ Manajer berjumlah 1 orang melakukan pengelolaan, pengontrolan atau pengawasan terhadap keuangan kedai, operasional kedai, dan karyawan kedai.
- ➔ Marketer berjumlah 1 orang mengenalkan produk-produk Kedai Ice Cream 123 kepada segmen pasar dan melakukan promosi yang efektif.

- ➔ Pelayan berjumlah 2 orang menerima pesanan, melayani konsumen, membuatkan pesanan konsumen dan menjaga kebersihan kedai.
- ➔ Kasir berjumlah 1 orang memberikan tagihan pembayaran, menerima pembayaran, memberikan uang kembali kepada pelanggan, dan menghitung jumlah produk yang terjual.

4.5.4. Realitas Dekrutmen Sumber Daya Manusia Kedai Ice Cream 123

Pada realitas satu tahun operasional, Kedai Ice Cream 123 telah melakukan pemutusan hubungan kerja dan menerima pengunduran diri dari karyawan. Pemutusan hubungan kerja yang dilakukan atas dasar pelanggaran aturan perusahaan yang mengakibatkan kerugian materiil pada perusahaan. Sedangkan, karyawan yang mengundurkan diri memiliki alasan telah mendapatkan pekerjaan yang lebih baik lagi. Melihat proses dekrutmen yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123, maka proses dekrutmen yang dilakukan dapat dikategorikan sebagai dekrutmen involunteer (pemutusan hubungan kerja) dan volunteer (pengunduran diri).

4.5.5. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Aspek Sumber daya Manusia

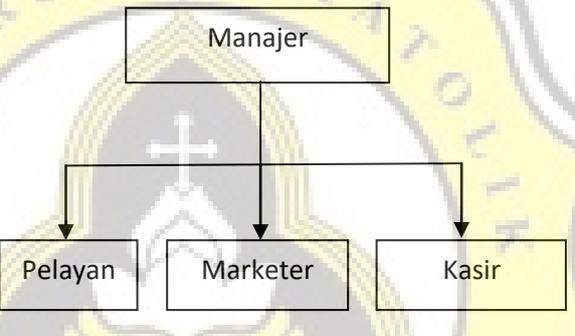
Tabel 4.5. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Rekrutmen Sumber Daya Manusia

No	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Evaluasi/Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	-	<p>Sumber rekrutmen yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 berasal dari luar (Eksternal) perusahaan karena Pemilik Kedai Ice Cream 123 mencari calon karyawan melalui relasi dari pemilik / relasi yang membutuhkan pekerjaan sehingga hal tersebut dapat dikategorikan sebagai rekrutmen dengan metode tertutup. Kriteria calon karyawan yang ditetapkan oleh pemilik antara lain :</p> <p>a. Pelayan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wanita - Tidak berhijab - Ramah - Bekerja Keras - Jujur <p>b. Kasir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wanita - Tidak berhijab - Ramah - Teliti - Bekerja Keras - Jujur <p>c. Marketer</p> <p>Untuk jabatan marketer, pemilik memilih mempekerjakan bagian dari anggota keluarganya dengan alasan menguasai pemasaran secara online.</p> <p>Setelah mendapatkan calon karyawan, Pemilik kemudian melakukan seleksi non ilmiah</p>	<p>Lebih baik dari perencanaan, pada perencanaan bisnis tidak melakukan perencanaan rekrutmen sumber daya manusia</p>	<p>Kedai Ice Cream 123 melakukan rekrutmen sumber daya manusia bertujuan untuk mendapatkan karyawan yang potensial dan memiliki kualifikasi yang cocok dengan jabatan yang ada, sehingga karyawan yang didapat adalah karyawan yang berkualitas dan dapat memajukan bisnis tersebut.</p>

		dengan cara wawancara langsung dengan calon karyawan tersebut, melihat kondisi pelamar apakah pernah bermasalah atau tidak, dan melihat rekomendasi dari pihak / relasi yang dapat dipercaya. Selanjutnya, pemilik memberi keputusan apakah pelamar tersebut diterima atau ditolak.	
--	--	---	--

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Tabel 4.6 Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Struktur Organisasi

No	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian
1	 <p>Pemilik usaha disini juga selaku manajer kedai yang mengontrol jalannya usaha dan juga bertanggung jawab mengatur keuangan. Manajer kedai membawahi pelayan dan bagian <i>marketing</i></p>	 <p>Struktur organisasi Kedai Ice Cream 123 terdiri atas manajer yang berfungsi mengontrol jalannya usaha dalam aspek pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Sedangkan, pelayan, <i>marketer</i>, dan kasir yang bertanggung jawab kepada manajer</p>	<p>Lebih baik dari perencanaan, Karena pada realitas bisnis dibutuhkan jabatan kasir untuk memudahkan kontrol terhadap keuangan.</p>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Identifikasi sebab penyimpangan: Melihat realita yang ada, perlu ada penambahan satu karyawan yang khusus dipercaya menjaga *cashier* agar memudahkan kontrol terhadap uang yang masuk dan keluar.

Tabel 4.7. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Deskripsi Pekerjaan

No	Perencanaan Deskripsi Pekerjaan	Jumlah	Realisasi Deskripsi Pekerjaan	Jumlah	Tingkat Kesesuaian
1	Manajer -	1	Manajer melakukan pengelolaan, pengontrolan atau pengawasan terhadap keuangan kedai, operasional kedai, dan karyawan kedai	1	Lebih baik dari perencanaan, karena pada perencanaan bisnis tidak merencanakan deskripsi pekerjaan jabatan Manajer
2	Pelayan -	2	Pelayan menerima pesanan, melayani konsumen, membuatkan pesanan konsumen dan menjaga kebersihan kedai	2	Lebih baik dari perencanaan, karena pada perencanaan bisnis tidak merencanakan deskripsi pekerjaan jabatan pelayan
3	Marketer -	1	Marketer mengenalkan produk-produk Kedai Ice Cream 123 kepada segmen pasar dan melakukan promosi yang efektif	1	Lebih baik dari perencanaan, karena pada perencanaan bisnis tidak merencanakan

					deskripsi pekerjaan jabatan Marketer
4	Kasir -	-	Kasir memberikan tagihan pembayaran, menerima pembayaran, memberikan uang kembali kepada pelanggan, melakukan pengelolaan bahan baku dan menghitung jumlah produk yang terjual	1	Lebih baik dari perencanaan, karena pada perencanaan bisnis tidak merencanakan deskripsi pekerjaan jabatan Kasir
Jumlah karyawan yang direncanakan		4	Jumlah karyawan yang ada	5	

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Identifikasi sebab penyimpangan:

1. Melihat realita yang ada, pemilik merasa perlu adanya deskripsi pekerjaan untuk masing-masing karyawan agar ada standar tertulis tentang apa yang harus dilakukan oleh masing-masing karyawan pemegang jabatan.
2. Melihat realita yang ada, perlu ada penambahan satu karyawan yang khusus dipercaya menjaga *cashier* agar memudahkan kontrol terhadap uang yang masuk dan keluar.

Tabel 4.8. Perbandingan Perencanaan Bisnis dan Realitas Dekrutmen Sumber Daya Manusia

No	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Evaluasi/Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	-	Pada realitas satu tahun operasional, Kedai Ice Cream 123 telah melakukan pemutusan hubungan kerja dan menerima pengunduran diri dari karyawan. Pemutusan hubungan kerja yang dilakukan atas dasar pelanggaran aturan perusahaan yang mengakibatkan kerugian materiil pada perusahaan. Sedangkan, karyawan yang mengundurkan diri memiliki alasan telah mendapatkan pekerjaan yang lebih baik lagi. Melihat proses dekrutmen yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123, maka proses dekrutmen yang dilakukan dapat dikategorikan sebagai dekrutmen involunteer (pemutusan hubungan kerja) dan volunteer (pengunduran diri).	Lebih baik dari perencanaan, karena pada perencanaan bisnis tidak melakukan perencanaan dekrutmen sumber daya manusia	Kedai Ice Cream 123 melakukan dekrutmen sumber daya manusia bertujuan untuk mengganti karyawan yang bermasalah berat dan mencemari citra perusahaan. Selain itu, dekrutmen juga dilakukan atas dasar kemauan karyawan itu sendiri untuk tidak bekerja lagi di Kedai Ice Cream 123

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

4.5.6. Tindakan Korektif pada Aspek Sumber Daya Manusia

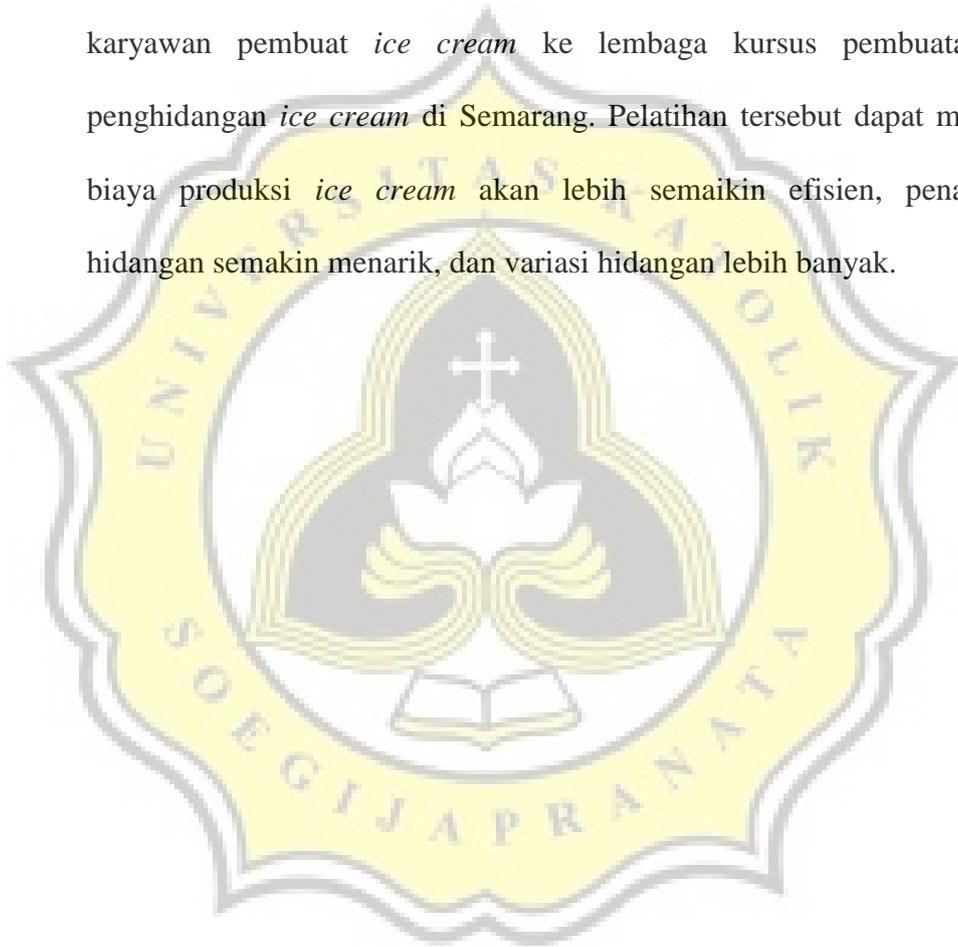
Secara garis besar, realita struktur organisasi Kedai Ice Cream 123 hingga satu tahun operasional sudah sesuai dengan perencanaan, dengan manajer kafe berperan sebagai pengawas jalannya usaha. Penyimpangan yang terjadi adalah dalam penambahan jabatan kasir yang memiliki alasan untuk memudahkan pengawasan terhadap uang yang masuk/keluar dan memusatkan tanggung jawab terhadap keuangan kepada satu orang. Dan tindakan korektif yang dapat dilakukan antara lain :

1. Apabila dekrutmen terjadi kembali dan menyebabkan kekosongan jabatan, maka perlu dilakukan rekrutmen sumber daya manusia dengan metode terbuka agar mendapatkan pelamar yang lebih variatif dan lebih berkompeten dari berbagai wilayah di Kabupaten Pati.
2. Melakukan proses seleksi secara ilmiah agar mendapatkan karyawan potensional berdasarkan spesifikasi jabatan dan kebutuhan nyata jabatan. Selain itu, seleksi secara ilmiah dapat memberikan pertimbangan yang akurat kepada Manajer untuk mengambil keputusan apakah pelamar tersebut diterima atau tidak.

4.5.7. Rencana Pengembangan pada Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam pengembangan sumber daya manusia, nantinya akan ditetapkan sasaran, waktu, proses, dan metode pengembangan sumber daya manusia yang akan digunakan. Tujuan dari pengembangan sumber daya manusia adalah untuk lebih meningkatkan kinerja karyawan agar lebih produktif dalam bekerja. Rencana pengembangan sumber daya manusia yang akan diterapkan di Kedai Ice Cream 123 akan menggunakan metode *on the job coaching & Demonstration* dengan cara karyawan harus mengerjakan tugas pekerjaan dengan bimbingan oleh pemilik atau orang yang lebih ahli di bidangnya dengan cara peragaan dan penjelasan bagaimana mengerjakan suatu pekerjaan melalui contoh-contoh atau percobaan yang dilakukan. Sebagai contoh, karyawan pembuat *ice cream* dalam melakukan tugas pekerjaannya akan dibimbing langsung oleh orang yang

lebih ahli dalam membuat dan menghidangkan *ice cream*. Metode ini dianggap efektif karena latihannya dengan melakukan pekerjaan langsung dengan didampingi ahlinya. Selain metode *on the job*, rencana pengembangan sumber daya manusia juga dapat menggunakan metode *off the job* yaitu dengan pendidikan dan pelatihan dengan mengirimkan karyawan pembuat *ice cream* ke lembaga kursus pembuatan dan penghidangan *ice cream* di Semarang. Pelatihan tersebut dapat membuat biaya produksi *ice cream* akan lebih semaikin efisien, penampilan hidangan semakin menarik, dan variasi hidangan lebih banyak.



4.6. Realitas Aspek Keuangan

4.6.1. Realitas Jumlah Investasi Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.9. Realitas Investasi Kedai Ice Cream 123

No	Item Investasi	Harga
1	Biaya sewa selama 1 tahun	Rp 10.000.000
2	Biaya desain interior	Rp 2.800.000
3	Biaya 18kursi, 6 meja, 2 karpet, 2 meja lesehan	Rp 9.500.000
4	Biaya pembelian peralatan makan	Rp 2.000.000
5	Biaya pembelian 1 kulkas	Rp 3.000.000
6	Biaya pembelian 2 <i>Freezer</i>	Rp 8.000.000
7	Biaya pembelian 1 lemari	Rp 1.000.000
8	Biaya pembelian peralatan dapur	Rp 1.000.000
9	Biaya pembelian 1 <i>handphone</i>	Rp 1.500.000
10	Biaya pembelian 2 kipas angin	RP 500.000
11	Biaya pembelian <i>Sound System</i>	Rp 500.000
12	Biaya pembelian 1 Dispenser	Rp 200.000
13	Biaya pembelian 1 Blender	Rp 500.000
14	Biaya pembelian 1 Kompor Bakar Tanpa Asap	Rp 1.250.000
15	Biaya pembelian 1 Televisi	Rp 1.500.000
16	Biaya pembelian 1 Mesin Kasir	Rp 3.000.000
Total Biaya Investasi		Rp 45.750.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.2. Rata-Rata Penjualan per Tahun Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.10. Rata-Rata Penjualan per Tahun Kedai Ice Cream 123

No	Jenis Hidangan	Harga/porsi	Rata-rata jumlah porsi/hari	Total (Harga X Porsi/hari)
1	Strawberry Original	Rp 7.000	3	Rp21.000
2	Cokelat Original	Rp 7.000	5	Rp35.000
3	Vanilla Original	Rp 7.000	3	Rp21.000
4	Durian Original	Rp 7.000	3	Rp21.000
5	Strawberry Hula-Hula	Rp 6.000	2	Rp12.000
6	Durian Hula-Hula	Rp 6.000	2	Rp12.000
7	Fanta Float Strawberry	Rp 6.000	3	Rp18.000
8	Cappuccino Float Chocolate	Rp 6.000	1	Rp6.000
9	Milo Float Vanilla	Rp 6.000	5	Rp30.000

10	Milo Float Chocolate	Rp 6.000	5	Rp30.000
11	Lychee Squash Blue	Rp 7.000	4	Rp28.000
12	Melon Squash Blue	Rp 7.000	4	Rp28.000
13	Rainbow Ice Cream	Rp 12.000	3	Rp36.000
14	3 in 1 Ice Cream	Rp 7.000	2	Rp14.000
15	Ice Cream Singapore	Rp 9.000	7	Rp63.000
16	Ice Cream Pot	Rp 10.000	7	Rp70.000
17	Ice Doremi	Rp 10.000	3	Rp30.000
18	Peanut Cheese Ice Cream	Rp 10.000	2	Rp20.000
19	Bubble Ice Cream	Rp 10.000	4	Rp40.000
20	Banana Split Strawberry	Rp 12.000	3	Rp36.000
21	Pico Ice Cream	Rp 10.000	1	Rp10.000
22	Cavan Ice Cream	Rp 10.000	5	Rp50.000
23	Navas Ice Cream	Rp 10.000	5	Rp50.000
24	Mavia Ice Cream	Rp 10.000	5	Rp50.000
25	Es Ngocok	Rp 8.000	2	Rp16.000
26	Ortodoks Ice Cream	Rp 10.000	1	Rp10.000
27	Tikar Copi Ice Cream	Rp 7.000	1	Rp7.000
28	Lovely Ice Cream	Rp 10.000	1	Rp10.000
29	Noodle Ice Crem	Rp 10.000	1	Rp10.000
30	Sosis Bakar 123	Rp 10.000	6	Rp60.000
31	Sate Guling 123	Rp 5.000	5	Rp25.000
32	Bakso bakar 123	Rp 6.000	5	Rp30.000
33	Aneka Snack	Rp 1.000	20	Rp20.000
Rata-Rata Penjualan/Hari				Rp 919.000
Rata-Rata Penjualan/tahun (360 hari)				Rp 330.840.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.3. Realitas Biaya Depresiasi Aktiva Tetap Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.11. Realitas Biaya Depresiasi Aktiva Tetap Kedai Ice Cream 123

No	Aktiva Tetap (Mesin/Peralatan)	Unit	UE (Th)	Harga Perolehan	Depresiasi/Th
1	Meja&Meja Lesehan	8	5	Rp 4.000.000	Rp 800.000
2	Kursi	18	5	Rp 5.220.000	Rp 1.044.000
3	Karpet	2	5	Rp 280.000	Rp 56.000
4	Peralatan Makan	1	5	Rp 2.000.000	Rp 400.000
5	Peralatan Dapur	1	5	Rp 1.000.000	Rp 200.000
6	Kulkas	1	5	Rp 3.000.000	Rp 600.000
7	<i>Freezer</i>	2	5	Rp 8.000.000	Rp 1.600.000
8	Lemari	1	5	Rp 1.000.000	Rp 200.000
9	<i>Handphone</i>	1	5	Rp 1.500.000	Rp 300.000
10	Kipas Angin	2	5	Rp 500.000	Rp 100.000
11	<i>Sound System</i>	1	5	Rp 500.000	Rp 100.000
12	Dispenser	1	5	Rp 200.000	Rp 40.000
13	Blender	1	5	Rp 500.000	Rp 100.000
14	Kompor Bakar Tanpa Asap	1	5	Rp 1.250.000	Rp 250.000
15	Televisi	1	5	Rp 1.500.000	Rp 300.000
16	Mesin Kasir	1	5	Rp 3.000.000	Rp 600.000
Total				Rp 33.450.000	
Biaya Depresiasi/tahun					Rp 6.690.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.4. Realitas Aktiva Lancar Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.12. Realitas Aktiva Lancar Kedai Ice Cream 123

No	Aktiva Lancar	Jumlah (th)
1	Kas	Rp 21.240.000
2	Perlengkapan	Rp 12.000.000
Total Aktiva Lancar		Rp 33.240.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.5. Realitas Biaya Tenaga Kerja per Tahun Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.13. Realitas Biaya Tenaga Kerja per Tahun Kedai Ice Cream 123

No	Jabatan	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji/bulan	Total Biaya Gaji/Bulan	Total Biaya Gaji/Tahun
1	Manajer	1	Rp 1.300.000	Rp 1.300.000	Rp 15.600.000
2	Pelayan	2	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 24.000.000
3	Marketer	1	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
4	Kasir	1	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
Total Biaya Gaji				Rp 5.300.000	Rp 63.600.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.6. Realitas Biaya Operasional per Tahun Kedai Ice Cream 123

Tabel 4.14. Realitas Biaya Operasional per Tahun Kedai Ice Cream 123

No	Item	Jumlah Bulan	Biaya/bulan	Biaya/tahun
1	Biaya Sewa	1		Rp 10.000.000
2	Internet dan Pulsa <i>Handphone</i>	12	Rp 150.000	Rp 1.800.000
3	Listrik	12	Rp 400.000	Rp 4.800.000
4	Air	12	Rp 200.000	Rp 2.400.000
5	Biaya pemasaran	1		Rp 10.000.000
6	Biaya Transportasi	12	Rp 150.000	Rp 1.800.000
7	Lain-lain	12	Rp 200.000	Rp 2.400.000
Total				Rp 33.200.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.7. Realitas Laporan Laba/Rugi Kedai Ice Cream 123 per 31 Agustus 2016

Tabel 4.15. Realitas Laporan Laba/Rugi Kedai Ice Cream 123 per 31 Agustus 2016

Keterangan	31 Agustus 2016
Pendapatan	Rp330.840.000
HPP	Rp 200.000.000
Laba Kotor	Rp 130.840.000
Gaji Karyawan	Rp 63.600.000
Biaya Air	Rp 2.400.000
Biaya Listrik	Rp 4.800.000
Biaya Internet/pulsa HP	Rp 1.800.000
Biaya Transportasi	Rp 1.800.000
Biaya Pemasaran	Rp 10.000.000
Biaya Sewa	Rp 10.000.000
Biaya Penyusutan	Rp 6.690.000
Total Pengeluaran	Rp 101.090.000
EBT	Rp 29.750.000
Pajak	Rp 297.500
EAT	Rp 29.452.500

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.8. Realitas Proyeksi Neraca Kedai Ice Cream 123 per 31 Agustus 2016

Tabel 4.16. Realitas Proyeksi Neraca Kedai Ice Cream 123 per 31 Agustus 2016

Proyeksi Neraca	31 Agustus 2016
Aktiva	
Aktiva Lancar	
Kas	Rp 21.240.000
Perlengkapan	Rp 12.000.000
Total Aktiva Lancar	Rp 33.240.000
Aktiva Tetap	
Mesin &Peralatan	Rp 33.450.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp (6.690.000)
Total Aktiva Tetap	Rp 26.760.000
Total Aktiva	Rp 60.000.000
Hutang dan Modal	
Hutang	-
Modal	Rp 60.000.000
Total Pasiva	Rp 60.000.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.9. Rasio Profitabilitas Kedai Ice Cream 123

a. Marjin Laba Kotor

Tabel 4.17. Marjin Laba Kotor periode Agustus 2015-Agustus 2016

Tahun	Laba Kotor (Rp)	Penjualan	Marjin Laba Kotor
	a	b	$\frac{a}{b} \times 100\%$
2016	Rp 130.840.000	Rp330.840.000	39,55 %

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Keterangan: Jumlah penjualan bersih yang dapat menutupi penjualan lain, mendapat keuntungan sebesar 39,55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 memperoleh keuntungan dari hubungan harga pokok dan penjualan serta efisiensi kegiatan produksi sebesar 39,55% pada periode Agustus 2015-Agustus 2016. Persentase tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 layak dan efisien untuk dijalankan.

b. Marjin Laba Bersih

Tabel 4.18. Marjin Laba Bersih periode Agustus 2015-Agustus 2016

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Penjualan	Marjin Laba Bersih
	a	b	$\frac{a}{b} \times 100\%$
2016	Rp 29.452.500	Rp330.840.000	8,9 %

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Keterangan: Setiap penjualan bersih sebesar Rp 1, didapat EAT sebesar 8,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penjualan yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 memperoleh persentase keuntungan bersih sebesar 8,9% pada periode Agustus 2015-Agustus 2016. Persentase keuntungan yang positif menggambarkan bahwa bisnis ini layak dan menguntungkan untuk dijalankan.

c. ROA

Tabel 4.19. Return On Asset periode Agustus 2015-Agustus 2016

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Total Aktiva (Rp)	ROA
	a	b	$\frac{a}{b} \times 100\%$
2016	Rp 29.452.500	Rp 60.000.000	49,1 %

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Keterangan: Untuk setiap asset sebesar Rp 1, akan mendapatkan Net Income sebesar 49,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 mampu menunjukkan kinerja yang baik sehingga mampu menghasilkan laba bersih dan pengelolaan yang baik pada aset yang dimiliki oleh Kedai Ice Cream 123. Persentase tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 layak dan mampu mengelola asetnya dengan baik dan efektif.

d. ROE

Tabel 4.20. Return On Equity periode Agustus 2015-Agustus 2016

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Total Modal (Rp)	ROE
	a	b	$\frac{a}{b} \times 100\%$
2016	Rp 29.452.500	Rp 60.000.000	49,1 %

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Keterangan: Untuk setiap ekuitas sebesar Rp 1, akan mendapat Net Income sebesar 49,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh Kedai Ice Cream 123 yang menjadi hak pemilik modal adalah sebesar 49,1%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk diteruskan karena sangat menguntungkan bagi pemilik modal.

4.6.10. Perbandingan Perencanaan dan Realitas Aspek Keuangan

Perbandingan antara perencanaan bisnis dan realitas aspek keuangan Kedai

Ice Cream 123 akan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.21. Perbandingan Perencanaan dan Realitas Investasi Kedai Ice Cream 123

No	Item Investasi	Perencanaan	Realitas	Tingkat Kesesuaian	Identifikasi Sebab Penyimpangan
1	Biaya sewa selama 1 tahun	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Biaya sewa 1 tahun sudah sesuai dengan perencanaan sehingga tidak membebani keuangan Kedai Ice Cream 123
2	Biaya desain interior	Rp 3.000.000	Rp 2.800.000	Lebih baik dari perencanaan	Biaya untuk mendesain interior Kedai lebih murah dari perhitungan
3	Biaya 18 kursi, 6 meja, 2 karpet, 2 meja lesehan	Rp 10.000.000	Rp 9.500.000	Lebih baik dari perencanaan	Setelah melakukan tawar-menawar dapat membeli kursi, meja, dan karpet lebih murah dari perencanaan
4	Biaya pembelian peralatan makan	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Peralatan makan yang didapat menyesuaikan anggaran peralatan makan
5	Biaya pembelian 1 kulkas	Rp 4.000.000	Rp 3.000.000	Lebih baik dari perencanaan	Biaya untuk pembelian kulkas lebih murah dari perencanaannya

6	Biaya pembelian 2 <i>Freezer</i>	Rp 9.000.000	Rp 8.000.000	Lebih baik dari perencanaan	Biaya untuk pembelian <i>freezer</i> lebih murah dari perencanaannya
7	Biaya pembelian 1 lemari	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	Lebih baik dari perencanaan	Biaya untuk membeli lemari lebih murah dari perencanaannya
8	Biaya pembelian peralatan dapur	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Peralatan dapur yang didapat menyesuaikan anggaran peralatan dapur
9	Biaya pembelian 1 <i>handphone</i>	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000	Lebih baik dari perencanaan	Mendapatkan <i>handphone</i> dengan spesifikasi baik dengan harga murah dari perencanaannya
10	Biaya pembelian 2 kipas angin	Rp 500.000	RP 500.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Kipas angin yang didapat menyesuaikan dengan anggaran pembelian kipas angin
11	Biaya pembelian <i>Sound System</i>	Rp 500.000	Rp 500.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	<i>Sound system</i> yang didapat menyesuaikan dengan anggaran pembelian <i>sound system</i>
12	Biaya pembelian 1 Dispenser	-	Rp 200.000	Lebih baik dari perencanaan	Pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian Dispenser
13	Biaya pembelian 1 Blender	-	Rp 500.000	Lebih baik dari perencanaan	Pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian Blender
14	Biaya pembelian 1 Kompor Bakar	-	Rp 1.250.000	Lebih baik dari	Pada perencanaan bisnis tidak merencanakan

	Tanpa Asap			perencanaan	pembelian Kompor Bakar tanpa Asap
15	Biaya pembelian1 Televisi	-	Rp 1.500.000	Lebih baik dari perencanaan	Pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian Televisi
16	Biaya pembelian1 Mesin Kasir	-	Rp 3.000.000	Lebih baik dari perencanaan	Pada perencanaan bisnis tidak merencanakan pembelian Mesin Kasir
Total Investasi Awal		Rp 44.000.000	Rp 45.750.000		Terjadi selisih Rp 1.750.000
Modal Sendiri		Rp 50.000.000	Rp 60.000.000		Terjadi selisih 10.000.000
Sisa Modal untuk Menjalankan Usaha		Rp 6.000.000	Rp 14.250.000		Terjadi selisih Rp 8.250.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Tabel 4.22. Perbandingan Biaya Tenaga Kerja per Bulan antara Perencanaan dan Realitas

No	Perencanaan		Realitas		Tingkat Kesesuaian	Identifikasi Sebab Penyimpangan
	Jabatan dan Jumlah Karyawan	Total Biaya Gaji Karyawan	Jabatan dan Jumlah Karyawan	Total Biaya Gaji Karyawan		
1	1 Manajer	Rp 1.300.000	1 Manajer	Rp 1.300.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Realitas biaya gaji manajer sudah sesuai dengan perencanaan biaya tenaga kerja dan sudah sesuai dengan deskripsi pekerjaan yang dilakukan
2	1 Marketer	Rp 1.000.000	1 Marketer	Rp 1.000.000	Sudah sesuai dengan	Realitas biaya gaji marketer sudah sesuai

					perencanaan	dengan perencanaan biaya tenaga kerja dan sudah sesuai dengan deskripsi pekerjaan yang dilakukan
3	2 Pelayan	Rp 2.000.000	2 Pelayan	Rp 2.000.000	Sudah sesuai dengan perencanaan	Realitas biaya gaji pelayan sudah sesuai dengan perencanaan biaya tenaga kerja dan sudah sesuai dengan deskripsi pekerjaan yang dilakukan
4	-	-	1 Kasir	Rp 1.000.000	Lebih baik dari perencanaan	Melihat realita yang ada, perlu ada penambahan satu karyawan yang khusus dipercaya menjaga <i>cashier</i> agar memudahkan kontrol terhadap uang yang masuk dan keluar.
Total Biaya Gaji dalam 1 bulan		Rp 4.300.000	Total Biaya Gaji dalam 1 bulan	Rp 5.300.000		Terjadi selisih Rp 1.000.000

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

4.6.11. Tindakan Korektif pada Aspek Keuangan

Tindakan korektif pada aspek keuangan antara lain :

1. Melakukan kegiatan pemasaran lebih efektif dan efisien seperti memaksimalkan penggunaan media sosial dan website agar jangkauan pangsa pasarnya dapat lebih luas sehingga biaya pemasaran dapat lebih efisien
2. Membuat inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan produk dan penjualannya berkelanjutan sehingga meningkatkan pendapatan dari penjualan produk.
3. Menambah fasilitas untuk kenyamanan Kedai Ice Cream 123 seperti menambah wifi dan Air Conditioner agar konsumen lebih tertarik lagi untuk “nongkrong” dan membeli produk Kedai Ice Cream 123 yang akan berdampak pada peningkatan penjualan produk.

Tindakan korektif diatas bertujuan untuk lebih meningkatkan penjualan produk Kedai Ice Cream 123 secara berkelanjutan dengan biaya yang efisien supaya menghasilkan laba yang lebih besar.

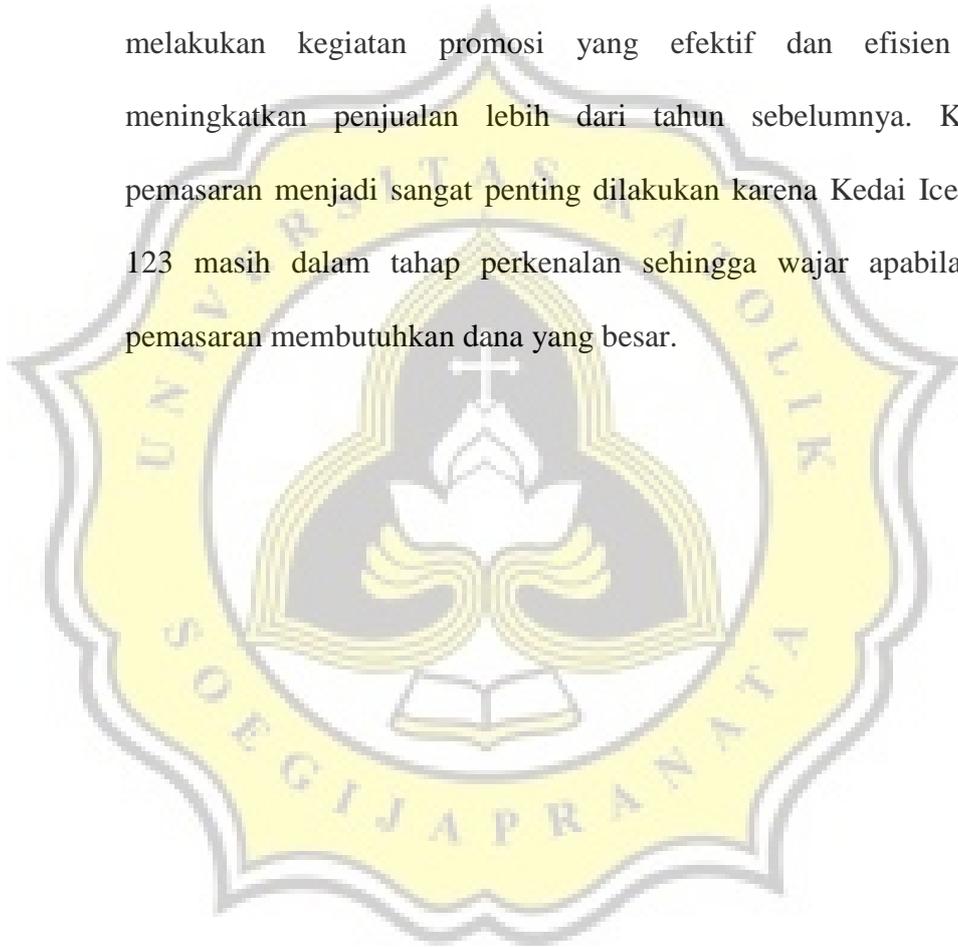
4.6.12. Rencana Pengembangan pada Aspek Keuangan

Rencana pengembangan pada aspek keuangan antara lain :

1. Membuat rencana pendanaan untuk pengembangan usaha seperti perluasan area kedai, mendesain ulang interior kedai menjadi lebih

nyaman lagi, memberi pelayanan *delivery* dan menambah fasilitas seperti wifidan AC.

2. Menyiapkan pendanaan untuk menunjang kegiatan pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia (gaji, bonus) di tahun berikutnya. Di tahun berikutnya, Kedai Ice Cream 123 harus lebih lagi melakukan kegiatan promosi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan penjualan lebih dari tahun sebelumnya. Kegiatan pemasaran menjadi sangat penting dilakukan karena Kedai Ice Cream 123 masih dalam tahap pengenalan sehingga wajar apabila aspek pemasaran membutuhkan dana yang besar.



4.7. Hasil Evaluasi Keseluruhan Aspek di Kedai Ice Cream 123

Di bawah ini akan ditunjukkan tabel rangkuman evaluasi dari seluruh aspek di Kedai Ice Cream 123.

Tabel 4.24. Hasil Evaluasi Keseluruhan Aspek di Kedai Ice Cream 123

No	Aspek yang dievaluasi	Hasil : Sudah baik/belum sempurna	Deskripsi Hasil Evaluasi
1	Aspek Pemasaran	Sudah Baik	<p>- Untuk STP, terjadi ketidaksesuaian antara perencanaan dan realitas bisnis yaitu pada <i>segmenting</i> dan <i>targeting</i>. Pada <i>Segmenting</i>, ketidaksesuaiannya adalah pada aspek demografi. Pada perencanaan bisnis, demografinya adalah untuk kalangan menengah dari segi usia anak-anak sampai remaja/pemuda. Tetapi pada realitasnya segmen demografinya adalah dari kalangan remaja hingga pemuda, sehingga kalangan anak-anak belum tercapai. Sedangkan pada <i>Targeting</i>, ketidaksesuaiannya adalah pada pasar sasaran secara demografis. Pada perencanaan bisnis, pasar sasaran secara demografis ditujukan untuk kalangan menengah laki-laki dan perempuan dari usia 4 sampai 25 tahun. Akan tetapi, dalam realitasnya pasar sasaran secara demografis yang dituju adalah remaja hingga pemuda usia 15 sampai 27 tahun, sehingga kalangan berusia dibawah usia 15 tahun belum tercapai.</p> <p>- Untuk bauran pemasaran, terdapat beberapa aspek yang belum sesuai dengan perencanaan seperti <i>product</i>, <i>place</i>, <i>promotion</i>, <i>people</i>, dan <i>physical evidence</i>. Ketidaksesuaian tersebut bukan berarti tidak baik, tetapi merupakan suatu penyesuaian dengan kondisi bisnis yang ada, serta karena pada perencanaan bisnis tidak menjelaskan secara rinci tiap aspek tersebut sehingga pada realitasnya tiap aspek tersebut berjalan lebih rinci. Khusus untuk aspek <i>price</i> yang ketidaksesuaiannya</p>

			<p>perlu tindakan perbaikan yaitu perbaikan metode penetapan harga tiap produk dengan cara metode penetapan harga berbasis biaya <i>cost plus persentage of cost pricing</i>.</p>
2	Aspek Operasi	Sudah Baik	<ul style="list-style-type: none"> - Rata-rata Kedai Ice Cream 123 sudah melakukan pembelian barang sesuai dengan inventaris yang direncanakan, hanya peralatan makan dan kursi, meja, karpet yang tidak sesuai. Akan tetapi penyimpangan itu tidak menjadi kendala bagi proses berjalannya bisnis. Dan Kedai Ice Cream 123 juga melakukan pembelian barang tambahan seperti blender, dispenser, kompor bakar tanpa asap, televisi dan mesin kasir. Barang-barang inventaris tambahan tersebut dibeli untuk menunjang perkembangan kondisi bisnis yang terjadi. - Untuk tata letak, secara garis besar tata letak Kedai Ice Cream 123 sudah sesuai dengan perencanaan, hanya bagian tempat duduk pelanggan yang berbeda yaitu lesehan untuk <i>indoor</i> dan kursi meja untuk <i>outdoor</i> karena realitas yang terjadi sering kekurangan kapasitas dengan menggunakan tata letak yang sesuai perencanaan.
3	Aspek Sumber Daya Manusia	Sudah Baik	<ul style="list-style-type: none"> - Secara garis besar, realita struktur organisasi Kedai Ice Cream 123 hingga satu tahun operasional sudah sesuai dengan perencanaan, dengan manajer kafe berperan sebagai pengawas jalannya usaha. Penyimpangan yang terjadi antara lain dengan adanya proses rekrutmen dan dekrutmen yang tidak sesuai dengan perencanaan karena pada perencanaan bisnis tidak merencanakan proses rekrutmen dan dekrutmen. Proses tersebut juga untuk menunjang kegiatan bisnis tersebut agar mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan. - Selanjutnya, Ketidaksesuaian / penyimpangan yang terjadi adalah pada penambahan jabatan kasir yang memiliki alasan karena kondisi bisnis yang terjadi diperlukan karyawan yang khusus

			<p>melakukan pengawasan terhadap uang yang masuk/keluar dan memusatkan tanggung jawab terhadap keuangan kepada satu orang supaya pengawasannya mudah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sebelum bisnis ini berjalan, Kedai Ice Cream 123 tidak merencanakan deskripsi pekerjaan untuk karyawan. Melihat kondisi bisnis yang terjadi, perlu adanya deskripsi pekerjaan untuk masing-masing karyawan agar ada standar tertulis tentang apa yang harus dilakukan oleh masing-masing karyawan sebagai pemegang jabatan serta untuk standar bagi manajer dalam melakukan penilaian kinerja karyawan.
4	Aspek Keuangan	Belum sempurna	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian inventaris melebihi target harga dari perencanaan inventaris karena perkembangan bisnis yang terjadi yaitu penambahan produk yang membutuhkan peralatan dan mesin pembuat produk tambahan tersebut. - Biaya gaji tenaga kerja melebihi perencanaan karena terdapat tambahan karyawan bagian kasir. - Pendapatan Kedai Ice Cream 123 tidak memenuhi target perencanaan karena beberapa faktor seperti belum terjangkau pangsa pasar Kedai Ice Cream 123, area kedai Ice Cream 123 kurang nyaman untuk nongkrong karena terlalu sempit dan belum adanya fasilitas penunjang kenyamanan seperti wifi dan <i>Air Conditioner</i>. Akan tetapi Kedai Ice Cream 123 sudah mencapai posisi laba. - Realitas biaya operasional dan biaya pemasaran melebihi target dari perencanaan bisnis. - Tidak dapat membandingkan EAT perencanaan bisnis dengan realitas karena tidak menentukan HPP saat membuat perencanaan aspek keuangan. - Pada rasio profitabilitas, margin laba kotor dari Kedai Ice Cream 123 menghasilkan persentase sebesar 39,55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 memperoleh keuntungan dari hubungan harga pokok dan penjualan serta efisiensi

			<p>kegiatan produksi sebesar 39,55%. Persentase tersebut membuktikan bahwa Kedai Ice Cream 123 layak dan efisien untuk dijalankan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pada rasio profitabilitas, Marjin laba bersih dari Kedai Ice Cream 123 menghasilkan persentase sebesar 8,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penjualan yang dilakukan oleh Kedai Ice Cream 123 memperoleh persentase keuntungan bersih sebesar 8,9%. Persentase yang positif membuat bisnis ini layak dan menguntungkan untuk dijalankan. - Pada rasio profitabilitas, ROA dari Kedai Ice Cream 123 menghasilkan persentase sebesar 49,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 mampu menunjukkan kinerja yang baik sehingga mampu menghasilkan laba bersih dan pengelolaan yang baik pada aset yang dimiliki oleh Kedai Ice Cream 123. Persentase tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ice Cream 123 layak dan mampu mengelola asetnya dengan baik dan efektif. - Pada rasio menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh Kedai Ice Cream 123 yang menjadi hak pemilik modal adalah sebesar 49,1%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk diteruskan karena sangat menguntungkan bagi pemilik modal.
--	--	--	--