

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Bisnis “Bekalku Bekalmu” merupakan bisnis yang bergerak dibidang makanan, Awal mula berdiri nya bisnis ini adalah merupakan langkah awal dari pemilik yang ingin menjalani pola hidup sehat, dimulai dengan mengkonsumsi makanan-makanan bergizi seperti halnya sayur dan buah. Niat baik dari itu semua tentunya memiliki tujuan yang pada akhirnya pemilik memutuskan untuk membuka bisnis salad sayur dan buah. Berikut rincian pendapatan yang diperoleh Bekalku Bekalmu :

Tabel 4.1 Rincian Biaya per-Tahun

Rincian Perolehan Laba Bersih Per-Tahun			
2020			
Bulan	Pengeluaran	Pendapatan	Lababersih
Agustus	Rp2,027,500	Rp3,654,000	Rp1,626,500
September	Rp1,974,500	Rp3,137,000	Rp1,162,500
Oktober	Rp2,295,900	Rp5,059,000	Rp2,763,100
November	Rp1,183,000	Rp3,274,000	Rp2,091,000
Desember	Rp3,767,900	Rp6,945,000	Rp3,177,100
2021			
Januari	Rp2,674,024	Rp3,530,000	Rp855,976
Febuari	Rp2,844,467	Rp4,096,000	Rp1,251,533
Maret	Rp3,793,019	Rp5,549,000	Rp1,755,981
April	Rp1,909,000	Rp917,904	Rp991,000
Juni	Rp1,122,000	Rp1,799,000	Rp677,000

Sumber : Data Peneliti (2022)

Data diatas adalah data yang dicatat dan diperoleh berdasarkan tahun 2020 dan 2021, untuk data tahun 2019 yang tercatat berdasarkan buku yang dimiliki oleh pemilik belum terorganisir dengan baik karena merupakan

awal mulanya merintis usaha tersebut.

Bekalku Bekalmu sendiri berdiri sejak 2019 yang dirintis oleh pemilik dan memiliki 1 staff yang ikut mengelola yaitu Neni Yuliana. Bekalku Bekalmu berlokasi di Perumahan Jepara Regency Blok B No.17, Desa Pekalongan, Kecamatan Batealit, Jepara, Jawa Tengah. Visi dan Misi Bekalku Bekalmu adalah :

4.2 Visi Misi dan Logo

VISI :

1. Menciptakan produk makanan berbasis *raw food* dari sayur-sayuran dan buah-buahan sebagai salah satu bentuk pola hidup sehat dan gaya hidup sehat yang dapat diterima oleh berbagai kalangan.

MISI :

1. Menyediakan kualitas produk yang terbaik untuk menjaga kesegaran dan cita rasa makanan sehingga diterima dengan baik oleh konsumen.
2. Meningkatkan kerjasama dengan petani hidroponik dan juga pedagang sayur agar selalu mendapatkan bahan dengan kualitas terbaik.
3. Memberikan pelayanan maksimal dan ramah kepada konsumen.
4. Selalu berinovasi untuk menciptakan produk sehat kekinian yang bisa diterima oleh banyak kalangan.
5. Menyediakan makanan sehat berbasis *raw food* dengan harga yang bersahabat tanpa mengurangi kualitas bahan dasar makanan.



Gambar 4.2.1 Logo Bekalku Bekalmu

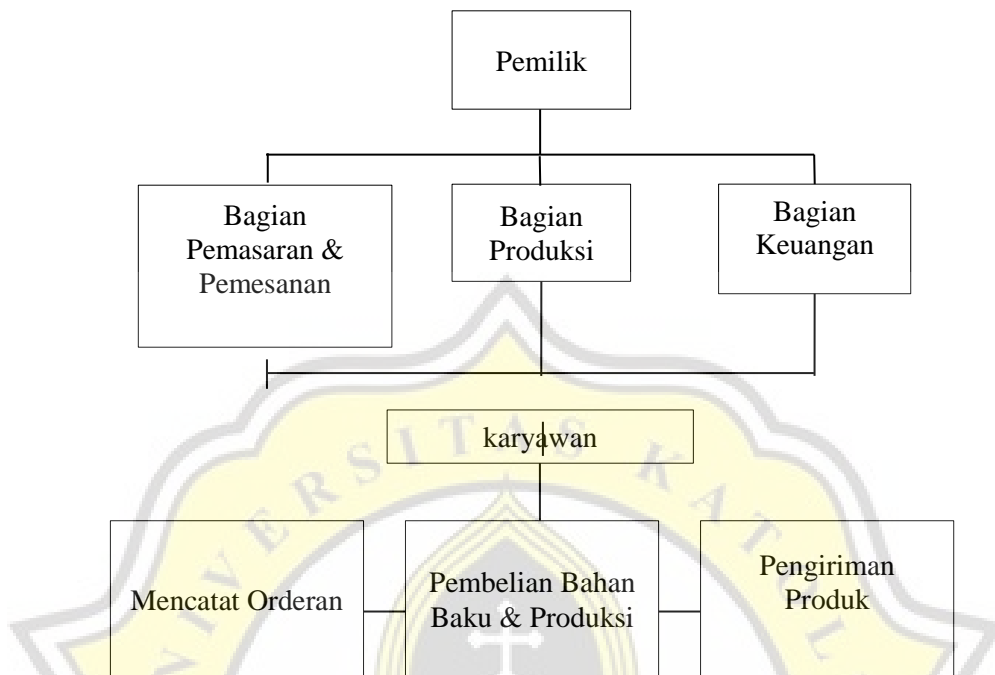
Sumber : Data Peneliti (2022)

Gambar logo diatas menggambarkan tangan seseorang yang sedang membawa tas bekal berisikan makanan sehat berbasis buah dan sayuran, logo ini memiliki arti bahwa berawal dari bekal konsumsi pribadi menjadi bekal yang dapat dikonsumsi oleh konsumen. Selain itu, terdapat slogan “*Notjustlifestyle*” bermakna akan pentingnya untuk mengkonsumsi makanan sehat berbasis sayuran dan buah tidak hanya sebatas gaya hidup, tetapi dengan besar harapan dari BekalkuBekalmu terhadap konsumen bahwa akan menjadi awal mula terbiasanya menjalani hidup sehat berasal dari apa yang mereka konsumsi. Produk ini diolah dan dikemas dengan baik dan menarik sejalan dengan gaya hidup masa kini baik dari level usia muda hingga tua yang paham akan penyajian tampilan dan kemasan makanan sehat kekinian.

4.3 Struktur Organisasi

Bekalku Bekalmu memiliki struktur organisasi garis/lini, struktur ini menunjukkan suatu bentuk wewenang paling tinggi sampai terendah, yang dimana setiap bawahan bertanggung jawabkan pekerjaannya pada pimpinan atas. Berikut struktur organisasi BekalkuBekalmu:

Gambar 4.3.1 Struktur Bekalku Bekalmu



a. Jobdesk pada Bekalku Bekalmu

Pemilik

Pemilik Bekalku Bekalmu bernama Nike Shelvian, aktivitas owner sehari-hari adalah bertanggung jawab terhadap kinerja karyawan, informasi bahan baku dari beberapa supplier, proses produksi, pemasaran melalui online, dan juga mencatat keuangan. Terkadang pemilik juga turut melakukan pengantaran produk ke konsumen secara langsung yang berada di wilayah terjangkau. Untuk konsumen yang berada di luar wilayah yang sulit dijangkau akan bertemu di satu titik tempat sebagai titik pengambilan orderan.

Karyawan

Karyawan Bekalku Bekalmu bernama Neni Yuliana yang

membantu pekerjaan Owner dimulai dari mencatat orderan yang masuk dan melakukan pembelian bahan baku sayuran dan buah yang diperoleh dari pasar tradisional, toko buah, serta dari petani hidroponik lokal. Pada proses produksi, dimulai dari pengupasan dan pencucian bahan baku, pemotongan, pemilahan bahan baku dan penyajian melakukan pengiriman produk ke konsumen ke beberapa wilayah yang sulit dijangkau.

Responden wawancara dalam penelitian ini pada karyawan Bekalku Bekalmu dengan deskripsi sebagai berikut :

Tabel 4.3.2 Gambaran Umum Responden

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia
1	Perempuan	S1	38

Sumber : Data Peneliti (2022)

Berdasarkan data tabel diatas, diketahui bahwa karyawan yang bernama Neni Yuliana merupakan saudara kandung dari pemilik yang ikut membantu dalam proses kelancaran bisnis ini. Neni juga merupakan karyawan swasta yang bekerja di perusahaan yang berada di jepara, kegiatan yang dilakukan dalam membantu kelancaran bisnis ini dia lakukan sebagai pekerjaan sampingan dia dari yang pertama.

4.4 Hasil dan Pembahasan

Berikut hasil wawancara Pemilik dan staff mengenai *Business Model*

Canvas terhadap bisnis Bekalku Bekalmu dapat dijelaskan sebagai berikut:

Gambar 4.4.1 Hasil Perancangan Sembilan Elemen Business Model Canvas

	<i>Designed</i>	<i>Designed by:</i>	<i>Date:</i>
--	-----------------	---------------------	--------------

		<i>for:</i>		
Business Model Canvas		Business Model Canvas	Bekalku Bekalmu	14-7-2022
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Petani hidroponik lokal, Penjual sayuran dipasar induk, toko buah, Supplier kemasan.	Menerima pesanan dan deposit dari konsumen. Berbagi informasi / pemasaran melalui media sosial. Pembelian Bahan baku, kemasan, dll. Proses produksi hingga pengemasan. Penjualan salad.	Kesegaran produk. Variasi 8 jenis buah dan 11 jenis sayuran dengan tambahan olahan acar. Dressing 2 pilihan : Mayo dan Oil. Kemasan unik (Brown Paper Craft) <i>Eco-Friendly</i> . Harga yang terjangkau. Gratis biaya pengiriman.	Menjalin hubungan melalui bantuan personal pada konsumen. Menjalin hubungan baik dengan konsumen loyal. Channels Social Media : Instagram, Whatsapp. Direct selling to customer.	Konsumen wilayah jepara. Konsumen yang ingin menerapkan pola hidup sehat dengan segala usia.
	Key Resources			
	Finansial : Modal Awal SDM : Pemilik dan 1 staff Fisik : Bangunan, kendaraan, mesin dan alat.			
Cost Structure		Revenue Streams		
Biaya desain logo dan kemasan, biaya bahan baku / produksi sayur dan buah, biaya marketing, biaya peralatan dan toko.		Pendapatan dari penjualan salad sayur dan salad buah.		
Designed by: The Business Model Foundry (www.businessmodelgeneration.com/canvas). Word implementation by: Neos Chronos Limited (https://neoschronos.com). License: CC BY-SA 3.0				

Sumber : Data Peneliti (2022)

1.4.1 Customer Segment

Customer segment ini merupakan hal terpenting bagi perusahaan dalam mengelompokan segment pasar nya. *Customer segment* dalam bisnis Bekalku Bekalmu menggunakan jenis segmen pelanggan

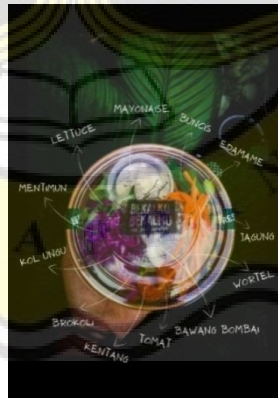
berdasarkan pola hidup sehat dengan jenis produk yang ditawarkan merupakan produk yang dapat dikonsumsi oleh segala usia. dimana konsumen Bekalku Bekalmu merupakan konsumen yang ingin menerapkan pola hidup sehat dengan mengonsumsi makanan yang sedikit pengolahan pada produk yang dikonsumsinya, agar tidak mengurangi kandungan vitamin dan mudah dicerna oleh konsumen. Selain memenuhi kebutuhan konsumen Bekalku Bekalmu juga ingin menekankan pada konsumennya akan pentingnya menjaga kesehatan dimulai dari apa yang mereka konsumsi. Saat ini Bekalku Bekalmu hanya melayani konsumen pada wilayah Jepara dan sekitarnya pengiriman dilakukan pada setiap pagi hari, produk Bekalku Bekalmu menjadi salah satu pilihan bagi konsumen yang ingin sarapan dengan porsi makanan yang pas untuk mereka. Masyarakat memiliki kesadaran dalam meningkatkan kesehatan dimasa pandemi yang meningkat sebesar 78,8% melebihi setengahnya, kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan dan pola hidup sehat ini dilakukan untuk individu dan lingkungan sekitar dengan mengonsumsi makanan yang sehat dan alami.(Veny, Dkk, 2021).

Berdasarkan data, Riskesdas Jawa Tengah (2018) bahwa, Proporsi konsumsi buah dan sayur per hari dalam seminggu pada penduduk kabupaten/kota provinsi Jawa Tengah memiliki total rata-rata sebesar 83,797% dengan rentang usia >5 tahun. Hal ini menjadikan sebuah potensi besar bagi Bekalku-Bekalmu dalam menjangkau segmen pasar

nya berdasarkan pola hidup sehat dengan apa yang mereka konsumsi salah satunya adalah produk yang berbahan dasar sayur dan buah. Dapat diketahui bahwa hal tersebut sejalan dengan pernyataan Osterwalder dan pigneur (2012) tanpa segmentasi pasar perusahaan tidak akan memperoleh keuntungan, perusahaan mengelompokan segmentasi pasar nya berdasarkan kebutuhan, perilaku, atau atribut lain nya.

1.4.2 Value Proposition

Bekalku Bekalmu menciptakan kualitas produk pada kesegaran, variasi buah dan sayur yang digunakan. Berikut merupakan menu dari Bekalku Bekalmu :



Gambar 4.4.2 Menu Bekalku Bekalmu

Sumber : Data Peneliti (2022)

Salad sayur Bekalku Bekalmu 11 jenis sayur yang bervariasi, isi dari salad sayur ini terdapat sayur buncis, edamame, jagung, wortel, bawang bombay, tomat, kentang, brokoli, kol ungu, mentimun, *lettuce* dan mayonaise. Untuk jenis sayuran wortel, Bekalku Bekalmu mengubahnya menjadi olahan acar untuk menyeimbangkan rasa dari bawang bombay yang pahit dilidah dan dressing dua pilihan yaitu, dressing mayonaise dengan komposisi, mayonaise, Saos Sambal, Lemon, *Thousand Island*, sedangkan *dressing Oil* dengan komposisi, Olive Oil, Lemon, *Honney*. Beberapa bahan sayur yang diperoleh Bekalku Bekalmu berasal dari petani hidroponik lokal.

Pada salad buah Bekalku Bekalmu terdapat 8 jenis buah yaitu semangka, melon, nanas, anggur, strawberry, mangga, apel, pear dengan topping mayonaise yang diolah menggunakan campuran susu kental manis, kacang almond dan keju. Buah tersebut diperoleh dari pasar induk atau toko buah jepara. Konsumen dapat mengajukan permintaan untuk jenis sayur atau buah sesuai yang diinginkan.

Value proposition lainnya yaitu kesegaran produk, dalam memberikan value tersebut Bekalku Bekalmu memproduksinya mulai pukul 03.00 sampai selesai dan mulai pengantaran ke konsumen pada pukul 07.00 pagi, dalam produksi tersebut dimulai dari pengupasan buah dan sayur, pencucian, pemotongan, hingga hasil akhir. Bekalku Bekalmu tidak melakukan sistem penyimpanan stok bahan baku jadi

yang telah diolah terlebih dahulu tetapi memulainya dari awal hingga akhir, hal tersebut dilakukan agar kesegaran dari buah dan sayur tetap terjaga.



Gambar 4.4.3 Harga Bekalku Bekalmu

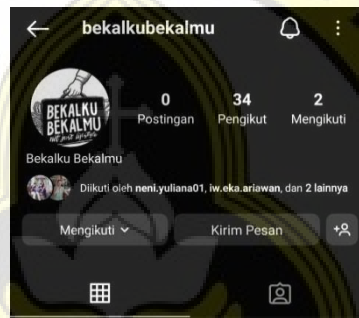
Sumber : Data Peneliti (2022)

Bekalku Bekalmu menggunakan kemasan Brown kraft paper yang ramah lingkungan dengan kapasitas 500ml untuk salad buah dan sayur bowl/box dan kemasan 750ml untuk salad sayur bowl, dengan harga yang ditawarkan seperti gambar diatas konsumen juga memperoleh gratis biaya pengiriman.

Berdasarkan Proporsi nilai yang diberikan oleh Bekalku Bekalmu diatas kepada konsumennya yang ingin menerapkan pola hidup sehat salah satunya adalah dengan mengkonsumsi salad sayur dan buah, hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini didukung oleh Alexander dan Pigneur (2012) bahwa proposi nilai berisi gabungan produk atau jasa tertentu yang melayani kebutuhan segment pelanggan, proposi nilai yang ditawarkan dapat berupa nilai yang bersifat kuantitatif dan kualitatif.

1.4.3 Channels

Bekalku Bekalmu menyampaikan *value proposition* yang ada pada produknya menggunakan saluran *social media* seperti *whatsapp* dan *instagram* guna mencapai konsumen yang sekiranya sulit dijangkau. Menurut Kurniasi dan Budiarmo (2018) menyatakan bahwa mengaplikasikan *social media* marketing dapat memudahkan dan menambah *value* produk, lebih murah dan efisien. Gambar dibawah ini adalah akun instagram BekalkuBekalmu :



Gambar 4.4.4 Instagram BekalkuBekalmu

Social media yang digunakan adalah *instagram* dan *whatsapp* bisnis, Akan tetapi akun *instagram* Bekalku Bekalmu belum digunakan secara penuh dan saat ini hanya menerima pesanan melalui *whatsapp*. Kedepan nya Bekalku Bekalmu akan meningkatkan pembuatan akun berbisnis yang dilengkapi pembuatan katalog pada *instagram* dan *whatsapp*. Selain itu BekalkuBekalmu juga bertemu langsung dengan konsumen (*Direct selling to customer*) dalam pengantaran produknya. Menurut penelitian Hanifah, dkk (2017) mengatakan bahwa promosi melalui *direct selling to customer* dapat memudahkan dalam menyampaikan informasi pada konsumen.

1.4.4 Customer Relationship

Bekalku Bekalmu menjalin hubungan atau relasi dengan konsumen melalui bantuan personal yaitu memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen dimulai dari proses pemesanan, produksi, sampai ke transaksi, berkomunikasi dengan konsumen selama proses penjualan dan atau setelah pembelian selesai. Selain itu, Bekalku Bekalmu aktif dalam berkomunikasi dengan konsumen merima beberapa review produk dari kepuasan konsumen terhadap apa yang ditawarkan oleh bisnis ini. Hal tersebut didukung oleh Kotler (2009) dalam jurnal Familiar dan maftukhah (2015: 349) bahwa kepuasan pelanggan melibatkan produk, biaya, kemudahan sarana, pelayanan, dan interpersonal serta hasil akhir.

1.4.5 Revenue Stream

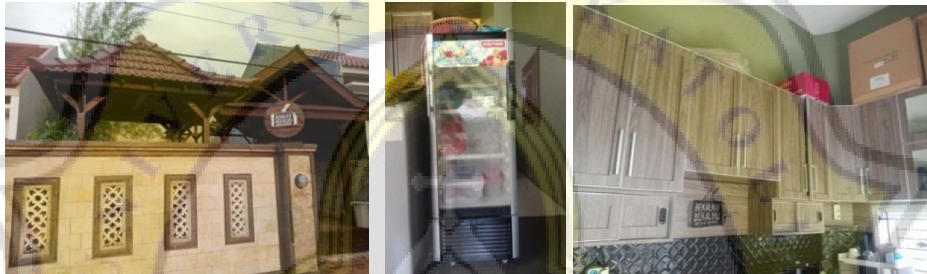
Revenue Stream merupakan hasil pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk, Pendapatan yang diterima dapat berupa pendapatan yang diperoleh sekali pembayaran atau pembayaran berulang. Adapun pendapatan yang diterima oleh Bekalku Bekalmu melalui hasil dari penjualan produk salad sayur dan salad buah.

Sebagian besar pendapatan yang diperoleh Bekalku Bekalmu tidak hanya dari satu kali pembayaran saja tetapi juga dari konsumen loyal Bekalku Bekalmu yang selalu melakukan pembelian berulang dan juga beberapa konsumen yang melakukan deposit. Hasil penelitian ini juga didukung oleh jurnal Farhana, dkk (2016: 8) menyatakan bahwa

penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4.6 Key Resources

Key resources yang dimiliki oleh Bekalku Bekalmu berupa fisik yaitu bangunan, kendaraan, mesin dll . Berikut gambar bangunan dan mesin :



Gambar 4.4.5 Bangunan dan mesin Bekalku Bekalmu

Sumber : Data Peneliti (2022)

Sumber daya intelektual yang kedua adalah merek Bekalku Bekalmu yang berTagline *not just life style*. Tagline ini memiliki arti bahwa dengan mengkonsumsi produk ini bukan hanya sekedar gaya hidup saja tetapi juga dengan harapan untuk kesehatan jangka panjangnya.



Gambar 4.4.6 Tag Line Bekalku Bekalmu

Sumber : Data Peneliti (2022)

Sumber daya ketiga yang dimiliki Bekalku Bekalmu adalah sumber daya finansial berupa modal sendiri. Untuk Sumber daya manusia yang ada pada Bekalku Bekalmu saat ini mempunyai satu karyawan dalam membantu pekerjaan pemilik, akan tetapi belum ada *job desk* spesifik untuk karyawan karena hal ini dilakukan hanya dengan 2 orang adapun pekerjaan yang dilakukan secara keseluruhan meliputi proses produksi, pemesanan hingga pengantaran. Standar tenaga kerja untuk karyawan Bekalku Bekalmu adalah bertanggung jawab, bersih, rajin, mudah memahami dan ramah, selain itu untuk Jam kerja karyawan dimulai dini hari pukul 03.00-10.00 WIB dengan standar upah Rp. 63.000 per *Shift* yaitu 7 jam kerja dengan masa kerja selama 5 hari dan libur pada setiap hari sabtu dan minggu , Upah karyawan dibayarkan setiap akhir bulan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Wiciaputra (2016: 293) bahwa aset fisik berupa bangunan, kendaraan, mesin dan sumber daya finansial berupa modal sendiri (pribadi) digunakan dalam *key resources*.

1.4.7 Key Activities

Key activities yang dilakukan oleh Bekalku Bekalmu adalah memproduksi salad sayur dan buah dengan aktivitas yang dilakukan sebagai berikut :

- a Membeli selada dari hasil petani dengan kriteria tertentu, berdiskusi dengan petani hidroponik, Membeli sayuran dan buah di penjual lokal, Membeli kemasan yang unik dan eco-friendly. Berikut gambar kunjungan pembelian bahan baku selada hidroponik yang berada di desa Pekalongan, kecamatan Batealit Jepara.

Gambar 4.4.7 Pembelian selada hidroponik



- b Melakukan proses produksi salad diawali dengan mencuci buah dan sayuran, memotong dengan ukuran *bite-size* sehingga konsumen tidak kesulitan dalam menyantap salad, pengeringan agar sisa-sisa air cucian tidak menyebabkan *dressing* yang diletakan diatas nya menjadi encer, selanjutnya menambahkan *garnish*. Berikut salah satu gambar proses produksi salad :

Gambar 4.4.8 Produksi salad sayur



Sumber : Data Peneliti (2022)

c Selanjutnya langkah yang dilakukan adalah pengemasan. Pengemasan produk ini menjadi satu proses yang sangat penting karena dengan mengemas produk sebaik mungkin akan membuat konsumen tertarik. Lalu pengemasan dilakukan setelah semua bahan salad sudah disajikan dalam kemasan papper bowl/box. Disini bekalu bekalmu menggunakan kemasan yang bersifat eco-friendly karena kemasan papper bowl/box merupakan kemasan yang mudah terurai sehingga akan mengurangi pencemaran lingkungan. Setelah melakukan pengemasan, produk bekalu bekalmu siap untuk dipasarkan kepada konsumen. Berikut gambar pengemasan pada salad sayur:

Gambar 4.4.9 pengemasan salad sayur



Sumber : Data Peneliti (2022)

Selain itu *key acitivitas* lain yang ada dalam Bekalku Bekalmu ini adalah menerima *deposite* dan menerima testimoni produk dari beberapa konsumen dan berbagi info pemasaran melalui sosial media dengan mengunggah postingan seperti gambar berikut ini :

Gambar 4.4.10 Testimoni dan postingan pada sosial media





Sumber : Data Peneliti (2022)

Gambar diatas diposting di salah satu media sosial yaitu whatsapp story Bekalku Bekalmu, Postingan tersebut juga menyampaikan bahwa produk BekalkuBekalmu tetap menjaga kebersihan produknya serta menghimbau konsumen agar dapat menjaga kebersihan sebelum menikmati produknya Dan testimoni diatas kami peroleh dari beberapa konsumen loyal kami, sebagian mengatakan bahwa salad sayur dan buah yang ditawarkan memiliki rasa yang enak, produk salad buah dan sayur yang masih fresh, dressing yang tidak enek, dan harga yang murah. Hal tersebut didukung oleh penelitian Wijendro (2021: 53) terhadap usaha salad nya bahwa produksi merupakan salah satu key activities dalam penelitian bisnis salad nya.

1.4.8 Key Partnership

Key partnership Bekalku Bekalmu membangun motivasi dengan kemitraan dalam mengoptimisasi dan skala ekonomi yaitu menjalin kerjasama dengan petani hidroponik lokal, penjual sayuran di pasar induk, toko buah ABC, supplier kemasan, dan toko bahan makanan

dalam memperoleh bahan baku pelengkap.

Bahan baku sayuran hidroponik lokal ini diperoleh dari salah satu pelaku usaha budidaya hidroponik lokal yang terletak di desa Pekalongan, kecamatan Batealit Jepara. Dengan pemilik yang bernama Bapak Ryan Arfian dengan nama usahanya yaitu Bagus Hydrofoam. Usaha budidaya sayuran hidroponik lokal milik bapak Ryan ini mempunyai titik tanam sebanyak 800 buah sebelum nya dan menambah jumlah titik masa tanam sebanyak 140 dengan total 940 buah titik tanam setelah dilakukan nya program kemitraan wilayah untuk menambah kapasitas usaha.(Syakhroni, A., M. Sagaf, & Novi Marlyana, 2021). Data ini juga didukung dengan penelitian Putra dan Prabawani (2021: 959) menyatakan bahwa kerjasama dengan supplier membantu dalam menyediakan bahan baku.

1.4.9 Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan oleh BekalkuBekalmu berupa biaya produksi dan biaya lain nya, untuk biaya gaji karyawan Bekalku Bekalmu belum memiliki karyawan yang banyak, akan tetapi hal ini dilakukan bersama orang terdekat untuk meminimalkan biaya gaji karyawan. Bekalku Bekalmu mengacu pada *cost driven* yang dimana menekan kan pada efisiensi biaya untuk menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau pada konsumen.

Sesuai dengan hasil penelitian Wiciaputra dan Yeziel (2016: 295) bahwa penggunaan *cost driven* yaitu melakukan penekanan biaya pada

segala sektor pembiayaan. Adapun biaya yang dikeluarkan diantaranya adalah Biaya Peralatan, Biaya bahan baku/produksi, Biaya Perlengkapan toko (Box, Sendok, Dll), Biaya Gaji Karyawan. Berikut contoh biaya-biaya yang ada pada Bekalku Bekalmu:

Tabel 4.4

Cost Structure Bekalku Bekalmu

PERALATAN				
No	Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Nilai Rp
1	Kompur Gas	1	Rp450,000	Rp450,000
2	Box penyimpanan	7	Rp29,000	Rp203,000
3	Kulkas	2	Rp4,800,000	Rp4,800,000
4	Pisau	4	Rp11,000	Rp44,000
5	Baskom besar	2	Rp30,000	Rp60,000
6	Baskom kecil	4	Rp16,000	Rp64,000
7	Panci Kecil	1	Rp32,000	Rp32,000
8	Talenan	1	Rp30,000	Rp30,000
9	Kain Lap	4	Rp20,000	Rp80,000
10	Tempat sampah	2	Rp20,000	Rp40,000
11	Plastik	2	Rp28,000	Rp56,000
13	Pengupas buah	2	Rp11,000	Rp22,000
Total				Rp5,881,000

Berdasarkan tabel diatas, biaya peralatan merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan merupakan biaya dalam jangka panjang atau sampai masa habis pakai.

BIAYA GAJI KARYAWAN					
No	Keterangan	Jabatan	Hari kerja	Upah Per Hari	Total Gaji
1	Karyawan 1	Produksi dll	20	Rp63,000	Rp1,260,000

Dalam proses produksi ini karyawan menjalani tugas nya dimulai pukul jam 03.00-10.00 pagi , hal ini dilakukan untuk menjaga kesegaran bahan baku dan mengikuti waktu sarapan pagi yang tepat untuk konsumen, pengantaran produk sampai ke tangan konsumen dilakukan mulai pukul

07.00 pagi atau dengan mengikuti waktu permintaan konsumen. Karyawan diberi waktu 5 hari kerja dalam seminggu dengan total 20 hari kerja dalam sebulan dan diberi upah sebesar Rp63,000 per hari nya, jika dihitung maka karyawan akan memperoleh gaji Rp1,260,000 yang akan diberikan pemilik pada saat waktu gajian diakhir bulan.

Perolehan Biaya Tahun 2021				
Bulan	Jumlah (Pcs)	Pengeluaran Bahan Baku + Perlengkapan	Pendapatan Diterima	Laba bersih
Januari	156	Rp2,674,024	Rp3,530,000	Rp855,976
Febuari	191	Rp2,844,467	Rp4,096,000	Rp1,251,533
Maret	244	Rp3,793,019	Rp5,549,000	Rp1,755,981
April	77	Rp1,909,000	Rp917,904	Rp991,000
Juni	73	Rp1,122,000	Rp1,799,000	Rp677,000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, setiap bulan perolehan laba yang diterima mengalami kenaikan dan turunan. Pada bulan januari biaya yang dikeluarkan diatara nya untuk pembelian total bahan baku Rp2,156,000 dan perlengkapan total Rp,518,024 berupa kemasan box/bowl, sendok-garpu, stiker logo, dan handglove plastic. Pendapatan yang diperoleh Bekalku Bekalmu sebesar Rp4,096,000 dikurangi pengeluaran sebesar Rp2,844,467 memperoleh laba bersih sebesar Rp855,976 dalam sebulan dengan penjualan sebanyak 156 pcs.

Pengeluaran bahan baku pada bulan febuari sebesar Rp2,454,425 dan perlengkapan berupa kemasan Box/bowl sebesar Rp,390,042 dengan total pendapatan yang diterima pada bulan febuari sebesar Rp4,096,000 jika

dikurangi pengeluaran sebesar Rp2,844,467 maka total laba bersih yang diterima adalah Rp1,251,533 dalam sebulan dengan penjualan sebanyak 191 pcs.

Sedangkan pada bulan maret bahan baku yang dikeluarkan sebesar Rp3,548,340 dan perlengkapan sebesar Rp244,679 maka total pendapatan yang diterima adalah sebesar Rp5,549,000 dikurangi pengeluaran sebesar Rp3,793,019 dengan total laba bersih Rp1,755,981 dengan penjualan sebanyak 244 pcs.

Pengeluaran pada bulan april sebesar Rp Rp1,909,000 pengeluaran ini terbilang sedikit dikarenakan penjualan yang dilakukan tidak sampai akhir bulan dan memperoleh pendapatan sebesar Rp917,904 jika total pendapatan dikurangi dengan total pengeluaran, maka total laba bersih yang diterima sebesar Rp,991,000 dengan penjualan sebanyak 77 pcs.

Selanjutnya pengeluaran bahan baku pada bulan Juni adalah sebesar Rp1,122,000 dengan total pendapatan yang diterima Rp1,799,000 Jika total pendapatan dikurangi dengan total pengeluaran maka laba bersih yang diterima adalah sebesar Rp677,000 Dengan penjualan sebanyak 73 pcs.