**Proposal Usaha**

**“Rumah Makan Khas Cirebon ”**

**Oleh;**

**Ketua: Stefani Priskila (01.08.437)**

**Anggota 1:Desi Desiana (01.07.343)**

**Anggota 2 : Florentina Purba (01.08.331)**

****

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI S1**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS WIDYATAMA**

**BANDUNG**

**2010**

# **HALAMAN PENGESAHAN**

Judul :

Pemilik usaha :

Alamat :

JUmlah modal yang diusulkan :

Sumber modal :

Hormat, kami

Mengetahui Ketua Kelompok

Ketua Prodi Akuntansi FE Utama

Eriana Kartadjumena, SE, MM, Ak Stefani Priskila

NIP. NPM.

Pembantu Rektor III (Kemahasiswaan) Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS WIDYATAMA

Elsanra Eka Putra, SE, M.BA, M.Si

# **1. RINGKASAN EKSEKUTIF**

1.1 Profil perusahaan

Nama Perusahaan : Rumah Makan Khas Cirebon

Tahun Berdiri : 2010

Alamat : Jln Cikutra no 15 (Depan Bina Insan Sejahtera)

Jenis Perusahaan : Menjual berbagai jenis makanan khas Cirebon

Bentuk usaha : Rumah Makan

1.2 Jenis komoditi yang diproduksi

Berupa berbagai jenis produk Makanan Khas Cirebon dan minuman.

1.3 Nilai penjualan per bulan

Ditargetkan per bulan ± sebesar Rp20.000.000,-

1.4 Prospek pengembangan usaha

Prospek pengembangan usaha ini terlihat sangat menjanjikan karena

1. Usaha ini lokasinya strategis berada dekat kampus dan jalan umum sehingga memudahkan mahasiswa dan masyarakat umum untuk membelinya
2. Harga yang terjangkau untuk ukuran mahasiswa dan masyarakat umum
3. Cita Rasa Makanan yang khas dan lezat
4. Besarnya porsi makanan berbeda dengan porsi makanan di tempat lain

Dari peluang yang ada di perkirakan usaha ini mempunyai prospek yang baik untuk pengembangan usaha Rumah Makan

1.5 Kebutuhan dan sumber dana

Kebutuhan dan sumber dana diperkirakan sebesar Rp30.000.000 dan dana didapat dari modal bantuan hibah pemerintah.

1.6 Rencana penggunaan dana

Rencana penggunaan dana adalah cek ulang dengan pengelompokan

1. Modal investasi: Sewa tempat, prainvestasi, peralatan, sarana dan prasarana

2. Modal Kerja; Bahan baku, tenaga kerja, bahan penolong (BOP)

3. Biaya Administrasi dan umum (gaji, listrik, air, transport )

# 2. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

## 2.1 DATA PERUSAHAAN

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nama Perusahaan | Cirebonan |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Bidang Usaha | Makanan khas Cirebon dan Minuman |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Jenis Produk / Jasa | Produk berbagai jenis makanan khas Cirebon dan minuman |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat Perusahaan | Jln Cikutra no 15 (Depan Bina Insan Sejahtera) |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Bentuk Badan Hukum | Perusahaan perorangan |

## 2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nama | Stefani Priskila |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Jabatan | Pemilik / Owner |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Tempat dan Tanggal Lahir | Cirebon, 5 September 1990 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat Rumah | Jl. P.H.H. Mustofa gg Pelita 2 no 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nomor Telepon | 08997363733 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat E-mail | arch08@yahoo.com |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Pendidikan Terakhir | SMU, sedang melanjutkan study S1 di Universitas Widyatama |

## 

## 2.3 SUSUNAN PEMILIK / PEMEGANG SAHAM

Pada usaha “Rumah Makan Khas Cirebon” ini terdapat susunan pemilik atau pemegang saham, karena usaha ini didirikan berdasarkan dari Modal Dikti dan kepemilikannya kelompok yaitu dipegang oleh 3 orang.

3. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

## 3.1 PRODUK / JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang dihasilkan pada usaha “Rumah Makan Cirebonan” ini adalah produk berupa berbagai jenis makanan khas Cirebon dan minuman yang harganya terjangkau oleh mahasiswa, ataupun umum. Adapun makanan khas yang akan dijual pada Rumah Makan Khas Cirebon ini adalah seperti Nasi lengko, Mie kocok Cirebon, Empal Gentong + Lontong, Lontong Opor.

Adapun keunggulan produk yang dimiliki dari “Rumah Makan Khas Cirebon” adalah karena makanannya yang benar-benar khas Cirebon dan rasanya yang lezat, sehingga para pecinta kuliner yang ingin mengetahui makanan khas dari Cirebon dapat menikmati beberapa menú makanan khas cirebon tanpa perlu datang ke Cirebon. Target pasarnya adalah masyarakat umum dan mahasiswa karena di sekitar rumah makan“Cirebonan” ini sendiri terdapat berbagai Universitas seperti Universitas Widyatama, Universitas Sangga buana, YPKP, ITENAS, dll. Keunggulan lainnya yang diberikan oleh “Rumah Makan Cirebonan” ini yaitu rumah makan ini akan berjualan dari pagi jam 09.00 sampai jam 09.00 malam.

## 3.2 GAMBARAN PASAR

Gambaran pasarnya adalah belum ada di sekitar daerah ini yang membuka usaha Makanan Khas Cirebon seperti ” Rumah makanan Cirebonan”. Oleh karena itu usaha rumah makan ini mempunyai peluang yang besar untuk berkembang, karena belum adanya usaha saingan. Pasarnya sangat bagus dikarenakan banyaknya kampus yang terdapat di sekitar daerah Suci dan juga banyak pula mahasiswa yang berasal dari luar kota dan kost di daerah ini. Dengan dibukanya ”Rumah Makan Cirebonan” ini, para mahasiswa yang kost akan mudah mencari makan khususnya pada malam hari, karena di daerah ini tidak banyak tempat makan yang buka, sehingga susah pada malam hari untuk mencari makan di daerah Suci.

Di daerah Suci juga termasuk tempat yang ramai, karena berada di tempat strategis dekat dengan jalan, sehingga orang mudah untuk datang ke rumah makan ini. Persaingan usaha ini cukup berat pada siang hari, dikarenakan banyak penjual makanan, sebagai contoh di daerah Cikutra banyak penjual makanan, dan di gang pelita 2 tepatnya di belakang Universitas Widyatama pada sepanjang jalan gang Pelita 2 tersebut terdapat banyak jenis kantin yang menjual berbagai jenis makanan juga.

## 3.3 TARGET ATAU SEGMEN PASAR YANG DITUJU

Adapun target atau segmen pasar yang dituju adalah untuk para mahasiswa yang kost disekitar ”Rumah Makan Cirebonan” ini sendiri dan tentu saja kepada para masyarakat yang tinggal di sekitar daerah tempat ini. Para mahasiswa yang kost di sekitar ” Rumah Makan Cirebonan” ini tergolong cukup banyak karena terdapatnya berbagai universitas yang letaknya cukup berdekatan dengan ” Rumah Makan Cirebonan”.

Gambaran karakteristik dari para pembeli ini sendiri adalah menginginkan sebuah tempat makan yang praktis, makanan yang khas, buka dari pagi sampai pada malam hari, cepat dan ramah pelayanannya. ”Rumah Makan Cirebonan” ini sendiri menawarkan sebuah tempat yang nyaman di mana di dalamnya terdapat berberapa jenis makanan khas yang tersedia, pelayanan yang cepat dan ramah. Adapun kelebihan lain yang dimiliki oleh ” Rumah Makan Cirebonan” ini sendiri adalah jam bukanya lebih lama daripada tempat-tempat makan lainnya yang ada di sekitarnya yaitu dari pagi sampai pada malam hari.

## 3.4 TREND PERKEMBANGAN PASAR

|  |  |
| --- | --- |
| PERKIRAAN JUMLAH DAN NILAI RATA-RATA PERMINTAAN PRODUK PER BULAN | Perkiraan jumlah konsumen yang datang ke ”Rumah Makan Cirebonan” ini sendiri diperkirakan stabil atau akan mengalami peningkatan |

Nilai Rata-rata permintaan per bulan dapat di lihat dari tabel perkiraan penjualan selama 6 bulan di bawah ini.

|  |  |
| --- | --- |
| **Bulan** | **Penjualan** |
| 1 | 20.100.000 |
| 2 | 22.500.000 |
| 3 | 24.915.000 |
| 4 | 24.915.000 |
| 5 | 27.330.000 |
| 6 | 27.330.000 |

## 3.5 STRATEGI PEMASARAN

|  |
| --- |
| 🞏 PENGEMBANGAN PRODUK  Pengembangan produk sendiri akan didasarkan pada permintaan para konsumen itu sendiri seiring dengan berkembangnya pasar di bidang makanan. Mungkin di masa yang akan datang akan dilakukan penambahan item makanan khas Cirebon lain yang lebih unik yang bisa menjadi ciri khas dari “Rumah Makan Cirebonan” itu sendiri. |

|  |
| --- |
| 🞏 PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN  Pengembangan wilayah pemasaran akan membuka cabang di tempat lain yang kondisi wilayahnya stabil di mana terdapat banyak Universitas dan Kantoran juga karena pada dasarnya memang segmen pasar daripada “Rumah Makan Cirebonan ” ini sendiri adalah para mahasiswa dan masyarakat umum. Akan tetapi untuk saat ini wilayah pemasaran dari “Rumah Makan Cirebonan” masih terfokus pada daerah sekitar Suci saja. |

|  |
| --- |
| 🞏 KEGIATAN PROMOSI  Kegiatan promosi yang dilakukan dalam upaya memperkenalkan “Rumah Makan Cirebonan” pada masyarakat akan di lakukan dengan memberi harga promosi pada satu bulan pertama, dengan pemotongan harga Rp500 untuk setiap menu makanan. Adapun Kegiatan promosi lainnya yang akan dilakukan adalah kegiatan pembagian brosur menú-menu makanan beserta harganya, melalui iklan di Facebook, SMS, Teman-teman terdekat. |
| 🞏 STRATEGI PENETAPAN HARGA  Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh “Rumah Makan Cirebonan” adalah dengan menyesuaikan harga makanan yang dijualnya sesuai dengan kantong mahasiswa dan masyarakat umum, akan tetapi porsi yang diberikan dalam jumlah yang banyak. Strategi ini dirasa cukup pas untuk diterapkan, dimana moto mahasiswa sendiri dan masyarakat umum dalam memilih makanan “Harga murah, porsi banyak, rasa enak”. |

## 3.6 ANALISIS PESAING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PESAING | KEUNGGULAN | KELEMAHAN |
| Kantin/ Rumah Makan belakang kampus Universitas Widyatama tepatnya di gang Pelita 2 | * 1. Tempat Strategis   2. Konsumen sudah loyal | * 1. Hanya buka pada siang hari   2. Pelayanannya yang lama |
| Rumah makan di Jalan Cikutra | 1. Terdapat banyak kostan di jalan Cikutra 2. Banyak pilihan makanannya | 1. Siang hari yang menjual makanan tidak terlalu banyak 2. Letaknya yang jauh sehingga menyebabkan orang malas ke sana. |

# 4. ANALISIS OPERASI

## 4.1 PROSES PRODUKSI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Makanan** | **Bahan Baku** | **Bahan penolong** | **Alat yang digunakan** |
| **Nasi Lengko** | Nasi Putih | garam | Rice cooker |
|  | Tahu | gula | Wajan |
|  | Tempe | kecap | Ulekan sambal |
|  | Toge + Timun | penyedap rasa | Siruk penggorengan |
|  | Kacang tanah | Minyak goreng | Pisau |
|  |  | Gas | Baskom/wadah |
|  |  | Bawang | Kompor gas |
|  |  |  |  |
| **Mie kocok** | Mie | Garam | Tempat Rebus Mie |
|  | Santan Kelapa | penyedap rasa | Pisau |
|  | Ayam | lada | Wajan |
|  | Toge | Bawang | Siruk penggorengan |
|  | Daun Bawang | Tepung Beras | Panci |
|  | Kol | Minyak goreng | Kompor gas |
|  | Telur | gas |  |
|  |  |  |  |
| **Empal Gentong + lontong** | Daging sapi | Bawang | Panci besar |
|  | Jeroan sapi | Manis Jangan | Tempat rebusan |
|  | Lontong | kemiri | Wajan |
|  |  | Salam Sereh | Siruk penggorengan |
|  |  | Laos jahe | Blender |
|  |  | kunir | Pisau |
|  |  | Minyak Goreng | Baskom/wadah |
|  |  | Gas | Kompor gas |
|  |  |  |  |
| **Lontong Opor** | Ayam | Bawang | Tempat rebusan |
|  | Kelapa | Manis Jangan | Wajan |
|  | Lontong | Ketumbar | Siruk penggorengan |
|  |  | Salam Sereh | Blender |
|  |  | Laos jahe | Pisau |
|  |  | lada | Baskom/wadah |
|  |  | Minyak Goreng | Kompor gas |
|  |  | Gas |  |
|  |  | emping |  |
|  |  | kerupuk |  |
|  |  | kemiri |  |

SKEMA PROSES PRODUKSI

Skema proses produksi makanan yang dijual pada “Rumah Makan Cirebonan” semuanya menurut resep-resep unggulan keluarga.

## PREDIKSI VOLUME PENJUALAN 6 BULAN KE DEPAN

Perkiraan volume penjualan bulan pertama

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **Harga promosi** | **Total penjualan (hari)** | **Hari** | **Total penjualan (sebulan)** |  |  |
| Nasi Lengko | 20 | 5.500 | 110.000 | 30 | 3.300.000 |  |  |
| Mie Kocok | 20 | 5.500 | 110.000 | 30 | 3.300.000 |  |  |
| Empal Gentong + lontong | 20 | 5.500 | 110.000 | 30 | 3.300.000 |  |  |
| Lontong Opor | 20 | 5.500 | 110.000 | 30 | 3.300.000 |  |  |
| Total penjualan makanan |  |  | 440.000 |  | 13.200.000 |  |  |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 20 | 1.000 | 20.000 | 30 | 600.000 |  |  |
| The manis es/panas | 10 | 2.000 | 20.000 | 30 | 600.000 |  |  |
| The Botol | 20 | 3.000 | 60.000 | 30 | 1.800.000 |  |  |
| Fanta/sprite/coca-cola | 15 | 4.000 | 60.000 | 30 | 1.800.000 |  |  |
| es jeruk | 15 | 3.500 | 52.500 | 30 | 1.575.000 |  |  |
| jeruk hangat | 5 | 3.500 | 17.500 | 30 | 525.000 |  |  |
| Total penjualan minuman |  |  | 230.000 |  | 6.900.000 |  |  |
| Total penjualan keseluruhan |  |  | 670.000 |  | 20.100.000 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Perkiraan Volume penjualan bulan kedua** | | |  |  |  |  |  |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **Harga** | **Total penjualan (hari)** | **Hari** | **Total penjualan (sebulan)** |  |  |
| Nasi Lengko | 20 | 6.000 | 120.000 | 30 | 3.600.000 |  |  |
| Mie Kocok | 20 | 6.000 | 120.000 | 30 | 3.600.000 |  |  |
| Empal Gentong + lontong | 20 | 8.000 | 160.000 | 30 | 4.800.000 |  |  |
| Lontong Opor | 20 | 6.000 | 120.000 | 30 | 3.600.000 |  |  |
| Total penjualan makanan |  |  | 520.000 |  | 15.600.000 |  |  |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 20 | 1.000 | 20.000 | 30 | 600.000 |  |  |
| The manis es/panas | 10 | 2.000 | 20.000 | 30 | 600.000 |  |  |
| The Botol | 20 | 3.000 | 60.000 | 30 | 1.800.000 |  |  |
| Fanta/sprite/coca-cola | 15 | 4.000 | 60.000 | 30 | 1.800.000 |  |  |
| es jeruk | 15 | 3.500 | 52.500 | 30 | 1.575.000 |  |  |
| jeruk hangat | 5 | 3.500 | 17.500 | 30 | 525.000 |  |  |
| Total penjualan minuman |  |  | 230.000 |  | 6.900.000 |  |  |
| Total penjualan keseluruhan |  |  | 750.000 |  | 22.500.000 |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |
| **Perkiraan Volume penjualan bulan ketiga** | | |  |  |  |  |  |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **penjualan naik 10%** | **Total penjualan** | **Harga** | **Total penjualan (hari)** | **hari** | **Total penjualan (sebulan)** |
| Nasi Lengko | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Mie Kocok | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Empal Gentong + lontong | 20 | 2 | 22 | 8.000 | 176.000 | 30 | 5.280.000 |
| Lontong Opor | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Total penjualan makanan |  |  |  |  | 572.000 |  | 17.160.000 |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 20 | 2 | 22 | 1.000 | 22.000 | 30 | 660.000 |
| The manis es/panas | 10 | 1 | 11 | 2.000 | 22.000 | 30 | 660.000 |
| The Botol | 20 | 2 | 22 | 3.000 | 66.000 | 30 | 1.980.000 |
| Fanta/sprite/coca-cola | 15 | 2 | 17 | 4.000 | 68.000 | 30 | 2.040.000 |
| es jeruk | 15 | 2 | 17 | 3.500 | 59.500 | 30 | 1.785.000 |
| jeruk hangat | 5 | 1 | 6 | 3.500 | 21.000 | 30 | 630.000 |
| Total penjualan minuman |  |  |  |  | 258.500 |  | 7.755.000 |
| Total Penjualan Keseluruhan |  |  |  |  | 830.500 |  | 24.915.000 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Perkiraan Volume penjualan bulan keempat** | | |  |  |  |  |  |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **penjualan naik 10%** | **Total penjualan** | **Harga** | **Total penjualan (hari)** | **hari** | **Total penjualan (sebulan)** |
| Nasi Lengko | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Mie Kocok | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Empal Gentong + lontong | 20 | 2 | 22 | 8.000 | 176.000 | 30 | 5.280.000 |
| Lontong Opor | 20 | 2 | 22 | 6.000 | 132.000 | 30 | 3.960.000 |
| Total penjualan makanan |  |  |  |  | 572.000 |  | 17.160.000 |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 20 | 2 | 22 | 1.000 | 22.000 | 30 | 660.000 |
| The manis es/panas | 10 | 1 | 11 | 2.000 | 22.000 | 30 | 660.000 |
| The Botol | 20 | 2 | 22 | 3.000 | 66.000 | 30 | 1.980.000 |
| Fanta/sprite/coca-cola | 15 | 2 | 17 | 4.000 | 68.000 | 30 | 2.040.000 |
| es jeruk | 15 | 2 | 17 | 3.500 | 59.500 | 30 | 1.785.000 |
| jeruk hangat | 5 | 1 | 6 | 3.500 | 21.000 | 30 | 630.000 |
| Total penjualan minuman |  |  |  |  | 258.500 |  | 7.755.000 |
| Total Penjualan Keseluruhan |  |  |  |  | 830.500 |  | 24.915.000 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Perkiraan Volume penjualan bulan kelima** | | |  |  |  |  |  |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **penjualan naik 10%** | **Total penjualan** | **Harga** | **Total penjualan (hari)** | **hari** | **Total penjualan (sebulan)** |
| Nasi Lengko | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Mie Kocok | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Empal Gentong + lontong | 22 | 2 | 24 | 8.000 | 192.000 | 30 | 5.760.000 |
| Lontong Opor | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Total penjualan makanan |  |  |  |  | 624.000 |  | 18.720.000 |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 22 | 2 | 24 | 1.000 | 24.000 | 30 | 720.000 |
| The manis es/panas | 11 | 1 | 12 | 2.000 | 24.000 | 30 | 720.000 |
| The Botol | 22 | 2 | 24 | 3.000 | 72.000 | 30 | 2.160.000 |
| Fanta/sprite/coca-cola | 17 | 2 | 19 | 4.000 | 76.000 | 30 | 2.280.000 |
| es jeruk | 17 | 2 | 19 | 3.500 | 66.500 | 30 | 1.995.000 |
| jeruk hangat | 6 | 1 | 7 | 3.500 | 24.500 | 30 | 735.000 |
| Total penjualan minuman |  |  |  |  | 287.000 |  | 8.610.000 |
| Total Penjualan Keseluruhan |  |  |  |  | 911.000 |  | 27.330.000 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Perkiraan volume penjualan bulan keenam** | | |  |  |  |  |  |
| **Jenis Makanan** | **penjualan** | **penjualan naik 10%** | **Total penjualan** | **Harga** | **Total penjualan (hari)** | **hari** | **Total penjualan (sebulan)** |
| Nasi Lengko | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Mie Kocok | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Empal Gentong + lontong | 22 | 2 | 24 | 8.000 | 192.000 | 30 | 5.760.000 |
| Lontong Opor | 22 | 2 | 24 | 6.000 | 144.000 | 30 | 4.320.000 |
| Total penjualan makanan |  |  |  |  | 624.000 |  | 18.720.000 |
| Minuman |  |  |  |  |  |  |  |
| The tawar | 22 | 2 | 24 | 1.000 | 24.000 | 30 | 720.000 |
| The manis es/panas | 11 | 1 | 12 | 2.000 | 24.000 | 30 | 720.000 |
| The Botol | 22 | 2 | 24 | 3.000 | 72.000 | 30 | 2.160.000 |
| Fanta/sprite/coca-cola | 17 | 2 | 19 | 4.000 | 76.000 | 30 | 2.280.000 |
| es jeruk | 17 | 2 | 19 | 3.500 | 66.500 | 30 | 1.995.000 |
| jeruk hangat | 6 | 1 | 7 | 3.500 | 24.500 | 30 | 735.000 |
| Total penjualan minuman |  |  |  |  | 287.000 |  | 8.610.000 |
| Total Penjualan Keseluruhan |  |  |  |  | 911.000 |  | 27.330.000 |

Keterangan :

Pada bulan pertama, penjualan dengan harga promosi

Pada bulan kedua, penjualan saa dengan bulan pertama

Pada bulan ketiga, penjualan naik 10% dari bulan pertama

Pada bulan keempat, penjualan sama dengan bulan ketiga

Pada bulan kelima, penjualan naik 10% dari bulan keempat

Pada bulan keenam, penjualan sama dengan bulan kelima

# 5. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI PEMASARAN  **Promosi**  **//** Promosi harga:Dengan memberikan potongan harga sebesar Rp500 sebagai harga promosi.  // Brosur:Dengan menyebarkan brosur ke kampus-kampus, kost-kostan dan di daerah sekitar Suci.  // Iklan : Facebook, Sms |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI PRODUKSI  Produksi makanan dilakukan sesuai dengan resep-resep yang digunakan. Yang sudah teruji kelezatannya. |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI ORGANISASI DAN SDM  Strategi organisasi dan SDM di sini tidak banyak dilakukan, karena tenaga yang digunakan adalah orang terdekat yang sudah ahli di bidangnya, hanya mungkin terkadang menseleksi para karyawan baru yang melamar pekerjaan ke “Rumah Makan Cirebonan”, kemudian memberikan pelatihan kepada karyawan tersebut. |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI KEUANGAN  Strategi Keuangan yang dilakukan sampai saat ini masih berkaitan dengan motto para mahasiswa dan masyarakat secara umum yang menginginkan membeli makanan dengan “Harga murah, porsi banyak, rasa yang enak”. |

## RENCANA KEBUTUHAN MODAL[[1]](#footnote-2)

|  |  |
| --- | --- |
| TOTAL NILAI KEBUTUHAN MODAL \*) | Total nilai kebutuhan modal adalah Rp30.000.000,00 |

Modal terdiri dari dua macam:

1.Modal investasi: Sewa tempat, prainvestasi, peralatan, sarana dan prasarana

2. Modal Kerja; Bahan baku, tenaga kerja, bahan penolong (BOP)

3, Biaya Administrasi dan umum (gaji, listrik, air, transport )

6.1 Rencana Laba/rugi ?

6.2. Rencana Neraca?

# 7. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

## 7.1 DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR

|  |
| --- |
| * Masyarakat jadi tidak perlu repot untuk mencari makanan. * Dampak teknologi produksi sendiri tidak mengganggu / merugikan masyarakat sekitar sama sekali. * Dampak pada masyarakat sekitar dalam bidang SDM sangatlah baik, karena dengan dibukanya “Rumah Makan Cirebonan” ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. * Karena “Rumah Makan Cirebonan” ini letaknya dekat dengan pasar, maka akan menguntungkan bagi para penjual di pasar tersebut. Hal ini dikarenakan banyaknya pembelian bahan baku yang dibeli di pasar tersebut. |

## 7.2 DAMPAK TERHADAP LINGKUNGAN

|  |
| --- |
| * Dampak teknologi produksi terhadap lingkungan sekitar sama sekali tidak memberikan dampak lingkungan. * Dampak Produksi terhadap lingkungan sekitar memberikan dampak yaitu banyak sisa-sisa produksi (sampah). Akan tetapi pihak “Rumah Makan Cirebonan” akan bertanggung jawab dengan membersihkan sampah sisa produksinya pada saat buka dan tutup “Rumah Makan Cirebonan” itu sendiri. |

## 

## 7.3 ANALISIS RESIKO USAHA

|  |
| --- |
| Resiko dari Usaha ini bisa berupa cita rasa masakan yang kurang pas di lidah konsumen, kurang loyalitas pelayanan, hubungan dengan masyarakat yang kurang baik yang dapat menyebabkan konsumen tidak mau datang lagi, kecewa dengan pelayanan, menimbulkan kesenjangan sosial di masyarakat. |

## 7.4 ANTISIPASI RESIKO USAHA

|  |
| --- |
| Strategi / kegiatan yang akan dilakukan dalam mengantisipasi dan meminimalkan risiko usaha adalah :   * Tetap menjaga kualitas makanan yang dijual di “Rumah Makan Cirebonan” agar para konsumen tetap loyal pada “Rumah Makan Cirebonan”. * Menjaga hubungan baik dengan lingkungan / masyarakat sekitar agar terhindar dari tuduhan / fitnah yang tidak benar. * Tetap konsisten pada persediaan bahan baku. |

**7.5 PENUTUP**

|  |
| --- |
| Demikian proposal ini, semoga dapat memberikan gambaran tentang prospek bisnis ini. Besar harapan kami dukungan dari pihak Dikti, untuk merealisasikan rencana bisnis ini. |



1. Uraikan besarnya biaya yang terperinci berdasarkan item biaya investasi dan modal kerja [↑](#footnote-ref-2)