



=====

Business Plan Unit Usaha RAMAY (Rajanya Siomay)

Oleh :

Eka Wahyu Kasih

Yuli Maritha

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship is still evolving. Entrepreneurship is an attitude, soul and ability to create something new that is very valuable and useful for himself and others. Entrepreneurship is a mental attitude and soul that is always active or creative, empowered, creates, works and is humble and tries to increase income in its business activities. In carrying out a business activity, there are several things that need to be considered, such as having a clear vision and goals, taking initiative and being proactive, achievement oriented, taking risks, working hard and being responsible for the activities they carry out. Competition in the business world is undeniable, it can be seen with what is offered and presented so that the power of competition is getting bigger, such as, feuds between competing companies, the potential for new competitors to enter, the potential for developing substitute products, the bargaining power of suppliers, and the bargaining power of consumers. To achieve a target, how important are the strategies that must be carried out so that business activities can survive and be able to compete well.

Keywords: Business, Trade Planning, Management Strategy

ABSTRACT

Konsep kewirausahaan sampai saat ini terus berkembang. Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Dalam menjalankan suatu kegiatan usaha ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti memiliki visi dan tujuan yang jelas, inisiatif dan selalu proaktif, berorientasi pada prestasi, berani mengambil resiko, kerja keras serta bertanggung jawab terhadap aktivitas yang dijalankannya. Persaingan di dunia usaha memang tidak bisa dipungkiri hal tersebut terlihat dengan apa yang ditawarkan dan disajikannya sehingga kekuatan persaingan semakin besar seperti, peseteruan diantara perusahaan yang bersaing, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk pengganti, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar konsumen. Untuk mencapai suatu sasaran betapa pentingnya strategi-strategi yang harus dilakukan agar kegiatan usaha dapat bertahan dan mampu bersaing dengan baik.

Kata kunci : Bisnis, Perencanaan Perdagangan, Strategi Manajemen

A. Latar Belakang

Kewirausahaan sangatlah penting dalam perkembangan ekonomi Indonesia saat ini. Indonesia memiliki banyak potensi yang menunjang kewirausahaan yakni, jumlah penduduk Indonesia yang merupakan negara terbesar kelima didunia, dengan sebagian besar penduduknya adalah angkatan kerja. Menurut Mc Clelland, "Tingkat kemajuan dan keterbelakangan suatu negara tidak bergantung pada jumlah penduduk, kekayaan alam, luas wilayah, warna kulit, suku bangsa, atau lamanya kemerdekaan yang dialami, tetapi terletak pada kualitas manusianya".

B. Permasalahan

Kewirausahaan adalah suatu cara berpikir, menelaah, dan bertindak yang didasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, dan kepemimpinan yang seimbang. Inti dari proses kewirausahaan adalah membentuk kreasi, kemajuan, realisasi, penemuan peluang usaha, yang diikuti oleh kemauan dan tindakan meraih peluang.

Dari beberapa uraian diatas, adapun ruang lingkup yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini mengenai :



- =====
1. Bagaimana analisisbussines plan unit usaha RAMAY (Rajanya Siomay) ?
 2. Apa yang harus dilakukan unit usaha ini untuk mempertahankan usahanya ?

C. Landasan Teori

1. Teori Kewirausahaan

Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli karena sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, diantaranya adalah:

- Richard Cantillon (1775) mengemukakan bahwa wirausaha bekerja sendiri (self employment) dengan menghadapi segala resiko atau ketidakpastian.
- Jean Baptista Say (1816) bahwa wirausaha merupakan agen yang menyatukan berbagai alat-alatproduksi dan menemukan nilai dari produksinya.

Empat Unsur Pokok Wirausahawan Sukses

Setiap wirausahawan (entrepreneur) yang sukses memiliki empat unsur pokok, yaitu:

- a. Kemampuan, kemampuan disini yaitu kemampuan wirausahawan dalam membaca peluang, berinovasi, mengelola dan menjual.
- b. Keberanian, keberanian dalam mengatasi ketakutan, mengendalikan risiko dan berani untuk keluar dari zona kenyamanan untuk berwirausaha.
- c. Keteguhan hati, yaitu pantang menyerah, teguh pada keyakinan dan kekuatan akan pikiran.
- d. Kreativitas yang menelurkan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi (hubungannya dengan experience).

2. Model Kewirausahaan

Brackman dan Jaffe (2008: hal 130) menyebutkan ada 3 model kewirausahaan:

- a. Kewirausahaan Klasik, perusahaan yang berkonsentrasi pada satu sasaran yaitu mencari uang sebanyak mungkin.
- b. Kewirausahaan Sosial, perusahaan yang mendeklarasikan tujuan sosial dan memberikan sumbangan amal sebagai bagian dari misi perusahaan.
- c. Kewirausahaan Spiritual, mencari uang melalui perusahaan profit yang legal dan etis

3. Ciri-Ciri Wirausaha Yang Berhasil

Berikut adalah ciri-ciri wirausaha yang berhasil menurut Kasmir :

- a. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut.
- b. Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
- c. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
- d. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- e. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapatdiselesaikan.
- f. Bertanggungjawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.

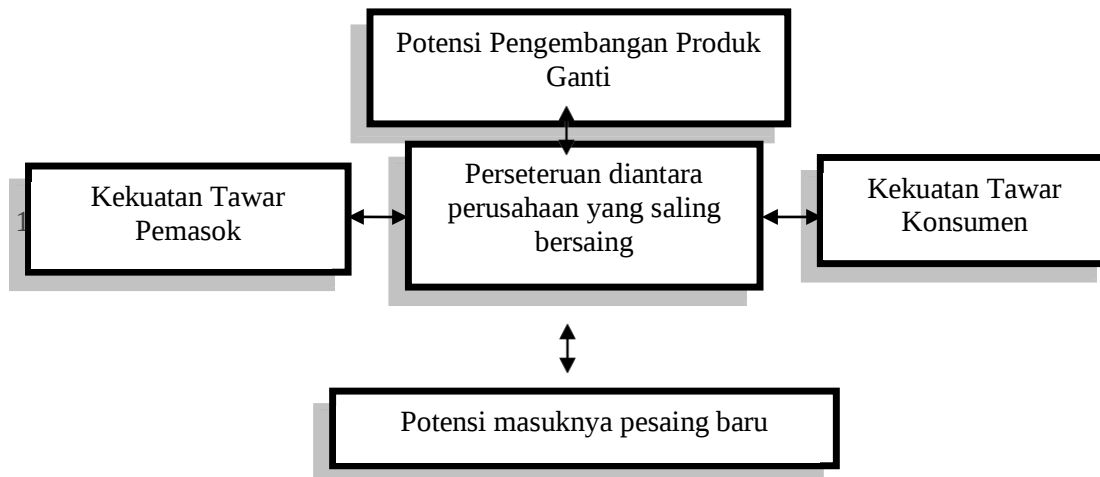


- g. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, antara lain kepada: para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

4. Teori Analisis Persaingan

Model lima kekuatan Michael Porter adalah model yang digunakan untuk melakukan analisis industri dan analisis keunggulan kompetitif. Model tersebut menjelaskan mengenai potensi laba yang berasal dari persaingan dalam industri, lima kekuatan tersebut meliputi: ancaman pendatang baru, posisi tawar konsumen, posisi tawar pemasok, ancaman produk dan jasa substitusi dan persaingan dalam industri. Model Lima Kekuatan Persaingan menurut Porter:

Gambar 1 Model Lima Kekuatan Persaingan



- Perseteruan di Antara Perusahaan yang Bersaing**
Kekuatan ini paling berpengaruh dibandingkan dengan kekuatan lainnya. Strategi yang dijalankan oleh satu perusahaan dapat berhasil hanya jika strategi itu memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan strategi di sebuah perusahaan dapat diimbangi serangan balasan, seperti menurunkan harga, meningkatkan mutu, menambah fitur, menyediakan pelayanan, memperpanjang garansi, dan meningkatkan iklan.
- Potensi Masuknya Pesaing Baru**
Ketika perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke industri tertentu, sudah pasti intensitas persaingan diantara perusahaan meningkat. Hambatan-hambatan terhadap masuknya pesaing baru bisa berupa pentingnya memperoleh skala ekonomi dengan cepat, pentingnya memperoleh teknologi dan pengetahuan khusus, kurangnya pengalaman, kuatnya loyalitas pelanggan, fanatisme terhadap merek tertentu, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan peraturan pemerintah, tarif, kurangnya akses bahan baku, kepemilikan paten, lokasi yang menguntungkan, serangan balik oleh perusahaan yang bertahan dan potensi kejenuhan pasar.
- Potensi Pengembangan Produk Pengganti**
Dalam berbagai industri, perusahaan bersaing ketat dengan produsen produk pengganti. Adanya produk pengganti membuat batasan harga maksimal, sebelum konsumen pindah ke produk pengganti tersebut.



d. Kekuatan Tawar Pemasok

Kekuatan tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri, terutama ketika jumlah pemasok banyak, ketika hanya ada sedikit bahan baku pengganti yang baik, atau ketika biaya mengganti bahan baku amat tinggi.

e. Kekuatan Tawar Konsumen

Berikut diuraikan mengenai faktor-faktor yang menjadikan kekuatan tawar pembeli menjadi besar dan menyebabkan bahwa daya tarik industri menjadi rendah dari perspektif perusahaan yang sudah beroperasi. Beberapa hal yang dapat menyebabkan kekuatan tawar menjadi besar adalah, jika

Jumlah pembeli yang berpengaruh sangat sedikit.

1. Tersedia produk substitusi dalam jumlah / ragam yang banyak.

2. Biaya alih pembeli cukup rendah.

3. Kemungkinan / kemampuan pembeli untuk melaksanakan integrasi balik cukup tinggi.

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu :

▪ Strategi Keunggulan Biaya

Strategi keunggulan biaya yang sukses biasanya mewarnai seluruh hal dalam perusahaan, seperti terbukti dari efisiensi yang tinggi, biaya overhead yang rendah, kebocoran yang kecil, tidak toleran terhadap pemborosan, penyaringan ketat terhadap permintaan anggaran, rentang kendali yang lebar, penghargaan dikaitkan dengan pengurangan biaya dan partisipasi karyawan yang luas dalam usaha pengendalian biaya.

▪ Strategi Diferensiasi

Diferensiasi yang sukses dapat berarti fleksibilitas produk yang lebih besar, komparabilitas yang lebih besar, biaya yang lebih rendah, pelayanan yang lebih baik, sedikit pemahaman, kenyamanan lebih besar, atau lebih banyak fitur.

▪ Strategi Fokus

Strategi fokus yang sukses tergantung pada segmen industri yang cukup besar, memiliki potensi pertumbuhan yang baik, dan dianggap tidak terlalu penting oleh pesaing utama yang lain. Strategi seperti penetrasi pasar dan pengembangan pasar menjanjikan banyak keunggulan sebagai bagian dari strategi fokus ini.

Strategi fokus akan sangat efektif ketika konsumen mempunyai pilihan atau persyaratan tertentu yang dapat dipenuhi oleh perusahaan dan ketika perusahaan pesaing tidak berusaha untuk melakukan spesialisasi dalam segmen konsumen yang sama.

D. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif. Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisa ini terdiri dari 4 komponen dasar yaitu :

- Strength (S)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.
- Weakness (W)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program saat ini.
- Opportunity (O)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan.
- Threat (T)*, adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi dimasa depan.

Analisa SWOT

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
1. Jarangnya penjual Siomay Goreng yang menjajakan dagangannya dengan sepeda keliling 2. Biasanya, Siomay goreng disajikan bagi masyarakat kelas menengah ke atas, dan biasa disajikan dalam makanan cepat saji dan dicafe-café yang mahal. Dengan Ramay ini kami menjual Siomay dengan harga yang sangat terjangkau bagi masyarakat menengah ke bawah 3. Tetap menjaga kesegaran Siomay dengan Siomay yang siap untuk digoreng 4. Dengan harga yang murah, sesuai untuk masyarakat ekonomi kebawah.	1. Volume penjualan yang masih sedikit karena menggunakan gerobak sepeda keliling . 2. Pesaing yang muncul dengan kuota penjualan yang lebih besar seperti outlet atau café. 3. Siomay goreng cepat saji di paket makanan cepat saji
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threats)
1. Jenis makanan Siomay sangat digemari oleh masyarakat dan dengan inovasi ini, menjadi kekuatan bagi produk kami.	1. Menarik pesaing lain yang sebelumnya sudah memulai bisnis Siomay.

Aspek Keuangan Modal Awal

Modal yang diperlukan untuk membuka bisnis “RAMAY (Rajanya Siomay)” adalah Rp4,731,060

Paket Sepeda			
Item	@pcs	Qty	Total
Sepeda kumbang	Rp 400,000.00	1	Rp 400,000.00
Wajan + alat penggorengan	Rp 62,500.00	1	Rp 62,500.00
Kompor Gas	Rp 80,000.00	1	Rp 80,000.00
Tabung gas	Rp 170,000.00	1	Rp 170,000.00
Cooler Box	Rp 65,000.00	1	Rp 65,000.00
Box kayu	Rp 125,000.00	1	Rp 125,000.00
Stiker	Rp 80,000.00	1	Rp 80,000.00
Payung	Rp 35,000.00	1	Rp 35,000.00
Serbet cuci piring	Rp 5,000.00	1	Rp 5,000.00
Ember + Spons	Rp 15,000.00	1	Rp 15,000.00
Piring	Rp 5,000.00	6	Rp 30,000.00
Sendok	Rp 1,250.00	6	Rp 7,500.00
Garpu	Rp 1,250.00	7	Rp 8,750.00
Botol sambal	Rp 3,000.00	2	Rp 6,000.00
Pisau	Rp 7,500.00	1	Rp 7,500.00
Total			Rp1,097,250.00
Grand Total		3	Rp3,291,750.00

Biaya Produksi Siomay Goreng dan Bumbu

Bahan baku Siomay (50 pcs)				
Item	@pcs	Qty	Total	
Ikan Tenggiri	Rp 60,000.00	400 g	Rp	24,000.00
Sagu Tani	Rp 8,000.00	750 g	Rp	6,000.00
Bawang merah	Rp 18,000.00	0.1	Rp	1,800.00
Bawang Putih	Rp 16,000.00	0.07	Rp	1,120.00
Lada	Rp 90,000.00	0.01	Rp	900.00
Chicken Powder	Rp 500.00	1	Rp	500.00
Gula Pasir	Rp 11,000.00	0.05	Rp	550.00
Garam	Rp 3,000.00	0.05	Rp	150.00
Telur	Rp 18,000.00	0.5	Rp	9,000.00
Total			Rp	44,020.00

Bahan baku Bumbu Kacang				
Item	@pcs	Qty	Total	
Kacang Tanah Halus	Rp 20,000.00	500 g	Rp	10,000.00
Kemiri Sangrai	Rp 6,000.00	100 g	Rp	6,000.00
Bawang Putih	Rp 16,000.00	0.07	Rp	1,120.00
Cabe Merah	Rp 20,000.00	100 g	Rp	2,000.00
Gula Pasir	Rp 11,000.00	0.05	Rp	550.00
Garam	Rp 3,000.00	0.05	Rp	150.00
Air	Rp 10,500.00	0.02	Rp	210.00
Total			Rp	20,030.00
Harga Pokok Produksi 50 pcs			Rp	64,050.00
Harga Pokok Produksi 400 Pcs			Rp	512,400.00

Biaya Produksi Pangsit Goreng dan Bumbu

Bahan baku Pangsit Goreng (50 pcs)			
Item	@pcs	Qty	Total
Daging Ayam	Rp 34,000.00	0,35 ekor	Rp 11,900.00
Daging Udang	Rp 40,000.00	200 g	Rp 8,000.00
Sagu Tani	Rp 8,000.00	100 g	Rp 800.00
Bawang Putih	Rp 16,000.00	0.05	Rp 800.00
Lada	Rp 90,000.00	0.01	Rp 900.00
Chicken Powder	Rp 500.00	1	Rp 500.00
Gula Pasir	Rp 11,000.00	0.05	Rp 550.00
Garam	Rp 3,000.00	0.05	Rp 150.00
Telur	Rp 18,000.00	0.06	Rp 1,080.00
Total			Rp 24,680.00
Bahan baku Bumbu Kacang			
Item	@pcs	Qty	Total
Kacang Tanah Halus	Rp 20,000.00	500 g	Rp 10,000.00
Kemiri Sangrai	Rp 6,000.00	100 g	Rp 6,000.00
Bawang Putih	Rp 16,000.00	0.07	Rp 1,120.00
Cabe Merah	Rp 20,000.00	100 g	Rp 2,000.00
Gula Pasir	Rp 11,000.00	0.05	Rp 550.00
Garam	Rp 3,000.00	0.05	Rp 150.00
Air	Rp 10,500.00	0.02	Rp 210.00
Total			Rp 20,030.00
Harga Pokok Produksi 50 pcs			Rp 44,710.00
Harga Pokok Produksi 300 Pcs			Rp 268,260.00

Perlengkapan Jualan			
Item	@pcs	Qty	Total
kecap	Rp 17,000.00	0.75 btl	Rp 12,750.00
saos sambal	Rp 4,000.00	1 btl	Rp 4,000.00
karet gelang	Rp 7,000.00	1 ons	Rp 7,000.00
Minyak goreng	Rp 16,500.00	1.5 lt	Rp 24,750.00
Jeruk Limo	Rp 5,000.00	2 ons	Rp 10,000.00
Plastik bening	Rp 4,000.00	1	Rp 4,000.00
Kantong Kresek	Rp 7,000.00	1	Rp 7,000.00
Sabun cuci piring	Rp 5,500.00	0.2	Rp 1,100.00
Total 1 sepeda			Rp 70,600.00
Grand Total 3 sepeda			Rp 211,800.00
Perlengkapan Produksi			
Item	@pcs	Qty	Total
Baskom	Rp 35,000.00	3 unit	Rp 105,000.00
Kompor Gas	Rp 80,000.00	1 btl	Rp 80,000.00
Tabung Gas	Rp 170,000.00	1 ons	Rp 170,000.00
Minyak goreng	Rp 16,500.00	1.5 lt	Rp 24,750.00
Piring	Rp 5,000.00	5 ons	Rp 25,000.00
Stapler + isi	Rp 6,000.00	1 unit	Rp 6,000.00
Plastik mika	Rp 350.00	100	Rp 35,000.00
Sabun cuci piring	Rp 5,500.00	0.2	Rp 1,100.00
Total			Rp 446,850.00
Total Modal			Rp 4,731,060.00

3 set sepeda akan disusutkan selama 2 tahun (Rp 3.291.750/24 bln), maka penyusutannya sebesar Rp 137.156,25 per bulan.

Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Satu Tahun I

Biaya Rutin/hari			
Item	@pcs	Qty	Total
Kecap	Rp 17,000.00	0.50 btl	Rp 8,500.00
saos sambal	Rp 4,000.00	1 btl	Rp 4,000.00
karet gelang	Rp 7,000.00	1 ons	Rp 7,000.00
Minyak goreng	Rp 16,500.00	1.5 lt	Rp 24,750.00
Jeruk Limo	Rp 5,000.00	2 ons	Rp 10,000.00
Gas LPG	Rp 13,500.00	0.35	Rp 4,725.00
Plastik bening	Rp 4,000.00	1	Rp 4,000.00
Kantong Kresek	Rp 7,000.00	1	Rp 7,000.00
Sabun cuci piring	Rp 5,500.00	0.2	Rp 1,100.00
Total			Rp 71,075.00
Total untuk 3 sepeda		3	Rp 213,225.00

Biaya Harian Penjualan Menggunakan Sepeda

Biaya rutin untuk penitipan			
Item	@pcs	Qty	Total
Kecap	Rp 17,000.00	1 btl	Rp 17,000.00
Saos sambal	Rp 4,000.00	1 btl	Rp 4,000.00
Minyak goreng	Rp 16,500.00	1.5 lt	Rp 24,750.00
Gas LPG	Rp 13,500.00	0.5	Rp 6,750.00
Jeruk Limo	Rp 5,000.00	2 ons	Rp 10,000.00
Total			Rp 62,500.00
Biaya Rutin perbulan			
Biaya Gaji pegawai			
Gaji orang produksi	Rp 500,000.00	2	Rp 1,000,000.00
Gaji orang pemasaran	Rp 500,000.00	3	Rp 1,500,000.00
Komisi	Rp 100.00	jumlah penjualan *	
(*minimal penjualan di atas 150)			

Biaya Rutin Bulanan

• Biaya Sewa Tempat	Rp 350,000.00
• Biaya Listrik, air, dan telepon	Rp 150,000.00
Biaya Penyusutan	Rp 137,156.25
Total biaya rutin perbulan	Rp 3,137,156.25

Perhitungan Pendapatan Satu Tahun I

Pada tahun pertama diproyeksikan setiap paket yang terjual adalah

1. Pendapatan per bulan I

Pendapatan Bulanan

Pemasukan per hari				
Dari jualan keliling				
	Item	Qty	Harga	Total
	Siomay Goreng	300 pcs	Rp 2.000.00	Rp 600,000.00
	Pangsit Goreng	150 pcs	Rp 1.500.00	Rp 225,000.00
Dari penitipan				
	Item	Qty	Harga	Total
	Siomay Goreng	100 pcs	Rp 1750.00	Rp 175,000.00
	Pangsit Goreng	150 pcs	Rp 1250.00	Rp 187,500.00
Total pemasukan perhari				Rp 1,187,500.00
HPP				Rp (780,660.00)
				Rp 406,840.00

Biaya per hari				Rp (275,725.00)
Laba perhari				Rp 131,115.00
Pemasukan sebulan				Rp 3,933,450.00
Biaya rutin sebulan				Rp (3,137,156.25)
Laba per bulan				Rp 796,294.00

2. Pendapatan per tahun

$$\text{Rp } 796,294.00 \times 12 = \text{Rp } 9,555,525.00$$

3. Perhitungan Laba/Rugi Satu Tahun I

$$\text{Rp } 796,294.00 \times 12 = \text{Rp } 9,555,525.00$$

4. Perhitungan BEP Tahun I

a. Pay Back period

$$\text{Pay Back Period} = \frac{\text{Total Investasi/Modal}}{\text{Laba Bersih}} = \frac{\text{Rp } 4,731,060}{\text{Rp } 9,555,525} = 0.5 \text{ tahun}$$

b. ROI (Return on Investment)

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 9,555,525}{\text{Rp } 4,731,060} \times 100\% = 201,97\% \end{aligned}$$

E. Pemecahan Masalah

Ramay dapat dikatakan sebagai bentuk wirausaha. Karena sesuai dengan definisi dari Kewirausahaan itu sendiri yaitu, suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Ramay menjadi suatu usaha bisnis yang baru dalam dunia makanan. Karena disajikan dalam bentuk inovasi yaitu digoreng dan dipasarkan untuk golongan menengah kebawah. Dengan dibentuknya Ramay, akan membantu juga dalam penyerapan tenaga kerja, baik dalam bagian operasional maupun bagian produksi, ini berarti Ramay dapat bermanfaat pula bagi orang banyak. Jadi manajemen strategi yang diperlukan Ramay adalah :

a. Melakukan Diferensiasi Produk

Hal ini dilakukan ketika konsumen mulai jenuh dengan produk yang dijual. Namun, melakukan penelitian sebelum melakukan diferensiasi produk akan sangat membantu keputusan diferensiasi produk yang akan dipilih. Supaya produk baru memang jadi kebutuhan bagi konsumen dan konsumen tetap menyukai produk-produknya.

b. Membuat Identitas Merek Siomay Goreng melekat di masyarakat.

c. Dengan logo yang ceria dan ikon menjadi raja dalam siomay goreng akan membuat konsumen tertarik pada pandangan pertama dan dengan jingle yang unik berupa “Ramay, Rajanya Siomay” akan mengena dan teringat di telinga konsumennya.

d. Memiliki keunggulan biaya dibanding pesaing lainnya.

Biaya yang murah dan kualitas yang tetap terjaga, Ramay akan menjadi pemimpin diantara pesaingnya.

e. Mencari lokasi yang menguntungkan

Lokasi Kebon Jeruk menjadi lokasi yang sangat menguntungkan. Namun dalam perluasan jaringan, Ramay harus bisa memperhitungkan lokasi strategis yang banyak pembeli potensialnya.

f. Meningkatkan loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan sangat penting dalam keberlangsungan bisnis, khususnya bisnis makanan. Dan peningkatan akan loyalitas ini menjadi penting supaya tetap bisa menjaga konsumen dari pesaing. Caranya adalah dengan mendengarkan saran- saran dari konsumen mengenai produk dan selalu melayani konsumen dengan baik.

g. Meningkatkan akses ke bahan baku

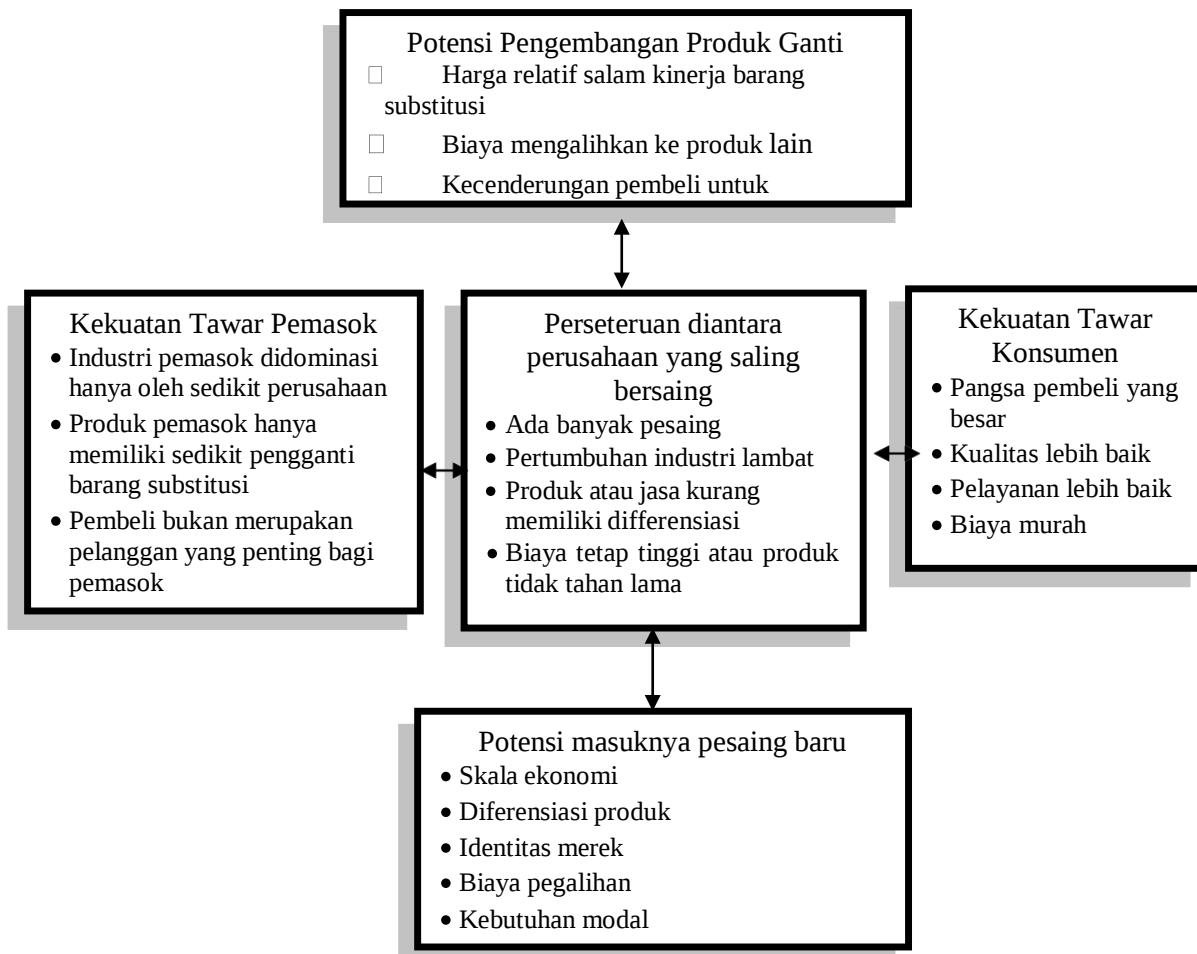
Bahan baku yang digunakan Ramay memang mudah dan murah akan tetapi demi menjaga keberlangsungan akses kepada bahan baku, Ramay harus bisa mempercayakan akses bahan baku kepada produsen yang sanggup dan memang mempunyai kompeten dalam penyediaan bahan baku yang stabil baik harga dan kualitasnya.

h. Selalu belajar dari pengalaman pesaing terdahulu dan strategi para pesaing yang akan masuk.

Manajemen Strategis perusahaan

Untuk menjadi pemasok yang kuat, Ramay harus memberikan harga yang wajar, mutu yang selalu diperbaiki, pengembangan pelayan baru, penyerahan barang tepat waktu dan mengurangi biaya persediaan, sehingga meningkatkan kemampuan meraih laba jangka panjang bagi semua pihak terkait. Lalu setiap proses produksi sebuah perusahaan memerlukan sebuah input yang berupa bahan baku, tenaga kerja yang dipasok oleh para Suppliers. Oleh karena itu para perusahaan harus mempunyai relasi yang baik pada para suppliers supaya bahan baku dapat tercukupi tepat waktu dan sistem pembayaran yang lebih fleksibel.

Analisis Kekuatan Menurut Porter



Analisis strategi dalam perusahaan agar mencapai keunggulan kompetitif yaitu :

1. Strategi Keunggulan Biaya

Strategi dalam keunggulan biaya dapat dilakukan dengan banyak cara. Diantaranya yaitu Ramay harus memiliki efisiensi yang tinggi agar pengeluaran yang dikeluarkan tetap lebih rendah dari pemasukannya salah satunya dengan mengontrol penjualan harian keliling dengan sepeda dan dari penitipan kantin. Dan mengurangi beban pengeluaran-pengeluaran yang tidak terduga oleh pedagang yang berjualan dengan menggunakan sepeda. Ramaypun harus bisa memotivasi karyawannya baik karyawan bagian produksi dalam memproduksi siomay dan pemasaran yang memasarkan produk untuk tetap saling berpartisipasi dalam mengendalikan biaya-biaya.

2. Strategi Diferensiasi

Munculnya pesaing yang sejenis atau pesaing lama yang mungkin mengambil konsumen Ramay, Ramay harus memiliki strategi untuk mempertahankan konsumen lamanya atau pun menjangkau konsumen baru pada pasar Ramay. Caranya yaitu dengan strategi diferensiasi produk dari pesaing yang ada. Strategi diferensiasi harus dilakukan setelah secara seksama meneliti kebutuhan dan kecenderungan pembeli untuk menentukan layak tidaknya suatu fitur pembeda atau lebih ditambahkan pada suatu produk tertentu. Dengan demikian, produk tersebut memiliki sifat atau karakter yang diinginkan. Dan bukannya menjadi sebab karena berbeda dengan selera konsumennya. Strategi diferensiasi yang berhasil memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produknya dan memperoleh loyalitas pelanggan karena konsumen bisa begitu terikat dengan fitur-fitur diferensiasi.

3. Strategi Fokus

Strategi fokus ini merupakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar, hal ini bisa dilakukan jika Ramay telah menjadi industri yang makin besar. Strategi ini menjanjikan banyak keunggulan dalam memperluas pasar Ramay sendiri. Dan Ramay dengan kekuatannya akan menjadi pemimpin dalam usaha sejenis.

F. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang ditulis oleh penulis yaitu mengenai “Analisis *Bussines Plan* RAMAY (Rajanya Siomay). Maka dapat disimpulkan bahwa :

Analisis mengenai Business Plan Unit Usaha Ramay (Rajanya Siomay) yaitu :

- Analisis Perseteruan di Antara Perusahaan yang bersaing, Ramay memiliki hambatan yaitu, sebagai pendatang baru akan memiliki pesaing yang banyak, baik pesaing lama maupun pesaing pengikut. Dan diferensiasi produk yang masih sedikit tentu akan memberi kemungkinan untuk pembeli hanya ingin mencoba saja dan tidak menjadi pembeli yang loyal terhadap Ramay. Namun, Ramay memiliki hal pendukung yaitu, pertumbuhan industri makanan yang cepat akan membantu usaha Ramay dalam berkembang. Dengan kualitas, tetap menjaga kesegaran produk dan harga yang terjangkau, akan menjadi kunci perkembangan usaha Ramay. Lalu dengan strategi berupa memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli dan selalu membuat inovasi produk, tentu Ramay akan diperhitungkan dalam bisnis makanan ini.
- Analisis Potensi Masuknya Pesaing Baru, dalam analisa ini, Ramay memiliki hambatan yaitu, identitas merek yang belum ada, dan lagi-lagi dengan diferensiasi produk. Namun, pendukung usaha Ramay adalah biaya pengalihan untuk keproduk lain yang akan tinggi karena Ramay menjual produk yang murah dengan kualitas yang terjaga. Lalu pendukung usaha Ramay berikutnya adalah kebutuhan modal yang tidak besar, akses mudah dalam distribusi, kebijakan pemerintah yang mempermudah perkembangan industri baru, bahan baku yang mudah dan murah, dan lokasi yang strategis akan menjadi faktor utama keberhasilan perkembangan usaha Ramay. Dengan strategi yaitu memperkenalkan logo Ramay yang ceria dan jingle yang unik akan membuat Ramay mudah diingat oleh para pembeli.

- Analisis Produk Pengganti, dalam analisa ini Ramay memiliki hambatan, harganya relatif sama dengan barang substitusi dan kecenderungan pembeli untuk mensubstitusi. Namun Ramay memiliki pendukung, biaya pengalihan yang tinggi jika mengalihkan produknya ke produk lain.
- Analisis Potensi Kekuatan Konsumen, dalam analisa ini Ramay memiliki hambatan pangsa pembeli yang besar. Dan Ramay didukung oleh kualitas yang baik, dengan kualitas yang selalu menjaga kesegaran produk, ini akan menjadi kunci bagi peningkatan penjualan, Pelayanan yang baik dengan keramahan penjual dan biaya yang murah menjadi faktor pendukung Ramay yang sangat kuat. Tentu strategi yang harus dilakukan adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk Ramay tidak hanya dalam kesegaran, baik dalam kebersihan dan kualitas bahan bakunya.
- Analisis Potensi Kekuatan Produsen, dalam analisa ini, Ramay sebagai pemasok bagi pedagang keliling dan pedagang kantin, harus memberikan harga yang wajar, penyerahan barang tepat waktu dan mengurangi biaya sediaan dan memiliki relasi yang baik kepada supplier.
- Strategi yang harus dilakukan usaha Ramay agar tetap bertahan dan mampu berkembang adalah :

Strategi Keunggulan Biaya

Strategi dalam keunggulan biaya adalah strategi biaya bahan baku dan harga penjualan.

Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi produk demi mempertahankan dan memperbanyak pembeli akan meningkatkan penjualan produk Ramay.

Strategi Fokus

Daftar Pustaka

- Achman Dirfani. “Kewirausahaan”, <http://www.achmandirfani/files/wordpress.com.2007/11/kwu.doc> Brackman dan Jaffe. Sukses Bisnis Cara Yahudi. Jakarta, 2008
- Irianto, Yoyon Bahtiar, Konsep Kewirausahaan. Jakarta
- Kamriantiramli. “Entrepreneurship Kewirausahaan”, <http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/10/08/entrepreneurship-kewirausahaan/>
- R. Fred. Manajemen Strategis. Jakarta, 2004
- UNY. “Skripsi Dian Arini”, http://eprints.uny.ac.id/3140/1/SKRIPSI_DIAN_ARINI.pdf Wikipedia. “Kewirausahaan”, <http://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan>