

BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS

Ayam Naknan membuka toko pertama pada tanggal 3 Oktober 2017 di Jalan Nangka Selatan no 188, Denpasar Utara, Bali. Dalam pelaksanaan bisnis ini, terdapat beberapa kategori kegiatannya yaitu: operasi, pemasaran, keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Pelaksanaan dari masing-masing kategori kegiatan adalah sebagai berikut:

IV.1 Operasi

Hal-hal yang dikerjakan pada operasi adalah membuat logo Ayam Naknan, pembelian peralatan, menentukan produk yang akan dijual, memulai toko Ayam Naknan, mencetak alat bantu penjualan, membuat sistem produksi, membuat sistem penjualan, membuat sistem pelayanan dan membuka franchise. Status dalam masing-masing kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1 Rencana Kegiatan Operasi

Rencana Kegiatan Operasi		
Rencana Kegiatan	KPI	Status
Membuat logo Ayam Naknan Memulai toko Ayam Naknan	Menghasilkan logo Ayam Naknan	Tercapai
	Membuka 1 toko Ayam Naknan	Tercapai
Menentukan produk yang akan dijual	Memiliki daftar menu	Tercapai
Pembelian peralatan dan perlengkapan	Memiliki peralatan yang dapat digunakan untuk produksi dan penjualan	Tercapai
Mencetak menu dan spanduk	Menghasilkan spanduk dan buku menu	Tercapai
Membuat sistem produksi	Membuat SOP sehingga aktivitas produksi dapat berjalan dengan otomatis	Tercapai
Membuat sistem penjualan	Membuat SOP sehingga aktivitas penjualan dapat berjalan dengan otomatis	Tercapai
Membuat sistem pelayanan	Membuat SOP sehingga aktivitas pelayanan dapat berjalan dengan otomatis	Tercapai
Membuka waralaba	Memiliki 1 <i>franchisee</i>	Belum Tercapai

(Sumber: Data olahan, 2018)

IV.1.1 Membuat logo Ayam Naknan

Pembuatan logo Ayam Naknan dimulai dengan menentukan nama dan pesan apa yang mau disampaikan melalui logo tersebut. Menu utama yang hendak dijual adalah ayam oleh karena itu kata “ayam” harus ada pada logo. Setelah itu penulis ingin nama yang unik sebagai panggilan merk ini. Penulis mulai mencari kata-kata yang berkorelasi dengan makanan dan mencari tahu apa yang dikehendaki seseorang dalam makanan. Melalui hasil diskusi, kata-kata yang ditemukan adalah: enak, murah, hemat, pedas, banyak, lezat, sedap, kenyang dan nikmat. Akhirnya kata yang dipilih adalah “enak” karena pada umumnya, orang akan mencari makanan yang enak. Selain itu, penulis juga menambahkan kata “tenan” yang berarti “sangat” dalam bahasa Jawa. Kata ini dipilih karena ayam yang dijual adalah seperti ayam bumbu khas Jawa dan menggunakan sambal. Selain itu, banyak penduduk Bali yang juga berasal dari Jawa. Gabungan kata yang dipilih adalah Ayam Enak Tenan dan akhirnya disingkat menjadi Ayam Naknan.

Setelah memilih logo, penulis membuat slogan untuk Ayam Naknan. Slogan yang dipilih adalah “Pedas,Banyak, Enak Tenan”. Slogan ini mewakili apa yang Ayam Naknan sajikan. Ayam Naknan menyajikan makanan pedas yang tingkat kepedasannya dapat disesuaikan dengan keinginan pembeli. Selain itu, Ayam Naknan juga memberikan gratis tambah nasi, sambal, dan sayur untuk pembeli yang makan di tempat. Kata “enak tenan” mewakili singkatan dari “Naknan”.

Secara visual, penulis memilih warna kuning sebagai warna dasar karena cerah dan mudah ditangkap mata. Mengutip dari halaman *Business Insider Singapore*, warna kuning digunakan oleh merk kuliner internasional karena warna yang menarik jika dilihat dari kejauhan dan mengundang pembeli untuk masuk ke dalam toko (Rath, 2018). Gambar utama di logo Ayam Naknan adalah ayam yang memegang ulekan dan memakai udeng dengan tulisan “Ayam Naknan” di bawahnya. Ulekan menyimbolkan bahwa sambal yang dibuat dengan cara ulek dan udeng adalah topi khas Bali yang menandakan Ayam Naknan dibuat di Bali.

Selain itu, sempat ada pertimbangan untuk menggunakan kata “geprek” karena sedang tren. Namun pada akhirnya penulis memutuskan untuk tidak menggunakan geprek karena penulis tidak ingin Ayam Naknan menjadi makanan yang hanya tren lalu hilang. Penulis ingin Ayam Naknan menjadi bisnis yang bertahan dan bukan sekedar trend. Aktivitas pembuatan logo Ayam Naknan berstatus tercapai sehingga tidak ada *gap* antara rencana dan implementasi.



Gambar IV.1 Logo Ayam Naknan
(Sumber: Arsip Ayam Naknan, 2017)

IV.1.2 Memulai toko Ayam Naknan

Setelah membuat perencanaan bisnis, penulis kemudian mencari lokasi yang tepat untuk berjualan. Lokasi pertama Ayam Naknan akan menjadi pusat kerja yang didalamnya terdapat produksi, distribusi, berjualan, sekaligus kantor. Selain lokasi yang baik, harga sewa pun harus sesuai dengan alokasi dana. Setelah mencari selama beberapa waktu, akhirnya penulis memutuskan untuk membuka toko pertama di Jalan Nangka Selatan no 188, Denpasar Utara, Bali. Tempat yang dipilih adalah ruko 2 lantai dengan ukuran lebar 7 meter dan panjang 15 meter. Ruko ini dalam kondisi yang sangat baik dan memiliki tempat parkir. Jalan Nangka Selatan ini termasuk jalan yang cukup dikenal walaupun jalan 1 arah

karena terdapat toko oleh-oleh terkenal di jalan ini dan jalan ini merupakan jalan lintas menuju pusat pemerintahan Bali. Dengan renovasi, ruko ini dapat dijadikan tempat produksi yang terletak di bagian belakang gedung dan tempat berjualan di bagian depan gedung. Renovasi yang juga dilakukan adalah menambah jalur air, jalur pembuangan, pengecatan dinding, dan penambahan lampu.

Lalu pada bulan 8 Januari 2018, toko Ayam Nakan cabang kedua dibuka di Jalan Gatot Subroto Timur no 216, Denpasar Utara, Bali. Lokasi ini dipilih karena terletak di jalan utama yang membelah Bali yang pasti dilewati oleh pekerja kantoran, anak sekolah dan mahasiswa yang berlokasi di Denpasar. Bentuk bangunan toko kedua sama seperti toko pertama yaitu ruko 2 lantai dengan luas bangunan 10x10 meter. Lantai 1 dipakai untuk berjualan sedangkan lantai 2 dipakai untuk tempat tinggal karyawan. Dengan dibukanya toko kedua ini, omset Ayam Nakan meningkat sebesar 213% pada bulan Januari 2018.

Toko ketiga Ayam Nakan tidak lagi berlokasi di Denpasar. Penulis mencoba mencari ke Kuta, Kabupaten Badung karena dirasa memiliki potensi keramaian yang lebih dari Denpasar. Selain itu, Kuta dikenal sebagai tempat wisata. Akhirnya, cabang ketiga Ayam Nakan dibuka pada tanggal 7 April 2018 di Jalan Nakula no 19b, Legian, Kuta. Toko ketiga juga berlokasi di ruko lantai 2 namun hal yang berbeda adalah Ayam Nakan hanya menyewa tempat, bukan keseluruhan ruko. Bentuk toko ketiga ini lebih mirip dengan pujasera karena terdapat 3 pedagang yang berbeda yaitu Ayam Nakan, Bakmi Hauce, dan Es Goput. Hal yang mendorong penulis untuk membuka disini adalah karena di sebelah ruko ini, terdapat kuliner yang cukup terkenal yaitu Warung Liku yang menjual nasi bali dan di seberang ruko ini terdapat gereja yang cukup besar yang dikenal sebagai Kuta Rock Center.

Aktivitas ini berstatus tercapai sehingga tidak ada *gap* antara rencana dan implementasi. Pada bagian III.4 mengenai rencana pemasaran, Ayam Nakan ingin mencari lokasi di tempat keramaian dan hal ini telah

diimplementasikan. *Key Performance Indicator* dalam bagian III.9 adalah membuka satu toko dan hasil implementasi adalah tiga toko.

IV.1.3 Menentukan produk yang akan dijual

Pada kegiatan ini, yang dilakukan adalah membuat daftar menu yang akan dijual. Hal pertama yang dilakukan adalah menentukan menu. Cara menentukan menu adalah dengan melihat apa yang disukai dan dibutuhkan oleh *target market*. Setelah itu, menggunakan ilmu yang dimiliki untuk membuat menu tersebut atau belajar cara membuatnya. Penulis memilih menu utama ayam goreng dengan sambal karena menu tersebut sangat mudah diterima dan disukai. Menu ayam goreng akan semakin lengkap dengan menu sampingan seperti tahu, tempe dan tahu. Lalu, selain menggunakan daging ayam, penulis juga menggunakan kulit, ati, ampela dan usus yang banyak disukai sebagai menu tambahan juga.

Jika pada umumnya kulit, ati, ampela dan usus disajikan dengan hanya digoreng secara utuh, Ayam Naknan menyajikan dengan ditusuk menjadi sate. Penulis memilih dalam bentuk sate karena memudahkan menghitung jumlah produk dan menjadikannya berpenampilan lebih menarik. Selain itu, penulis juga menambah produk Mie Naknan sebagai opsi pengganti nasi dengan menambah Rp 3000,- saja.

Pada bulan Februari 2018, penulis mulai menyadari bahwa banyak sekali toko dengan menu utama ayam goreng dan toko yang terkenal dengan menu ayam bakar masih sedikit. Oleh karena itu, penulis menambahkan menu Ayam Bakar Naknan di Ayam Naknan. Ayam yang digunakan sama dengan ayam goreng namun disajikan dengan cara yang berbeda yaitu dengan cara dibakar menggunakan bumbu bakar khas Naknan. Selain itu, karena penulis melihat bahwa menu sate ati, ampela, usus dan hati kurang laku, akhirnya penulis membuat menu baru bernama Sate Keroyokan Naknan yang berisi masing-masing 2 jenis dari sate tersebut dengan total 8 tusuk sate.

IV.1.4 Pembelian peralatan dan perlengkapan

Pembelian peralatan dilakukan sebelum toko dibuka. Hal ini meliputi peralatan untuk produksi, peralatan kebersihan dan peralatan untuk berjualan. Peralatan untuk produksi adalah alat-alat yang digunakan untuk memproses bahan baku hingga bahan jadi seperti kompor, panci, tabung gas, blender, timbangan, *freezer*, dan lain-lain. Peralatan untuk kebersihan meliputi kain lap, pel, sapu, baskom, sabun cuci piring, cairan pembersih lantai, dan lain-lain. Peralatan untuk berjualan meliputi gerobak, penggorengan, ulekan, hingga saluran air dan saluran listrik.

Selain itu, penulis juga mencari pemasok bahan baku untuk Ayam Nakanan seperti pemasok ayam, pemasok sayuran dan lain-lain. Ayam Nakanan memiliki beberapa pemasok untuk ayam yaitu UD Top Jaya, UD Ning Makmur, UD Ayam Madura. Untuk pemasok sayur, Ayam Nakanan memiliki beberapa pemasok yang berada di Pasar Utama Badung.

IV.1.5 Mencetak menu dan spanduk

Setelah menentukan menu dan telah merenovasi, langkah selanjutnya adalah mencetak daftar menu dan spanduk. Daftar menu berfungsi sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli yang menyediakan pilihan menu yang disajikan. Setelah berjualan selama beberapa waktu dan mengamati perilaku pembeli saat memesan, pembeli menjadi paham bahwa menu yang baik adalah daftar menu yang membuat pembeli cepat memahami produk, cepat membuat keputusan dan tidak membingungkan. Saat pertama kali mencetak menu, penulis hanya mencantumkan nama menu dan harga tanpa gambar sehingga daftar menu kurang komunikatif. Hal ini membuat saat pembeli membaca daftar menu tersebut pembeli harus berpikir dan membayangkan menu tersebut dahulu. Alhasil, pembeli menjadi kesulitan untuk memutuskan dan waktu pengambilan pesanan agak lama dan membuat antrian. Selain itu, menu yang dipesan umumnya adalah menu utama saja dalam hal ini nasi ayam goreng. Penjualan menu lainnya seperti sate ati/ampla/usus/kulit, tahu tempe dan mie nakanan sangat sedikit. Setelah memahami hal ini, penulis

kemudian mengadakan sesi foto menu. Penulis mengambil foto makanan dengan semenarik mungkin. Selain itu penulis memberikan sedikit variasi untuk produk sate ati/ampela/usus/kulit yang tidak terlalu banyak dipesan. Penulis membuat menu Sate Keroyokan yang berisi campuran sate ati/ampela/usus/kulit tersebut lalu di foto. Setelah itu, penulis membuat kembali menu menggunakan gambar. Dengan gambar, pembeli menjadi lebih cepat memahami menu apa saja yang ditawarkan. Hal ini ditunjukkan dengan pembeli yang langsung menunjuk pada gambar untuk menu yang ingin dipesannya. Selain itu, penjualan sate meningkat karena pembeli kini mengetahui bahwa menu sate terdapat di Ayam Nakanan melalui gambar di menu.

Proses pembuatan spanduk juga memerlukan pertimbangan. Dalam membuat spanduk ada aspek-aspek yang dipikirkan seperti ukuran spanduk, letak spanduk yang mudah dilihat oleh pembeli hingga desain elemen-elemen yang terdapat di spanduk. Desain spanduk terdiri dari ukuran tulisan, jenis tulisan, posisi tulisan dan posisi logo. Semuanya dibuat sambil memikirkan sisi penglihatan pembeli.



Gambar IV.2 Daftar Menu Lama (Tanpa Gambar) dan Daftar Menu Baru (Sumber: Arsip Ayam Nakanan, 2018)

IV.1.6 Membuat sistem produksi

Sistem produksi berfungsi untuk membuat produk siap jual yang diolah dari bahan mentah. Hal-hal yang dilakukan di bagian produksi meliputi pembelian bahan, pengolahan produk, penyimpanan produk dan distribusi produk. Proses kegiatan bisnis untuk produksi adalah:



IV.1.6.1 Pembelian Bahan

1. Mengecek kebutuhan bahan apa saja yang diperlukan untuk produksi setiap hari
2. Membeli kebutuhan bahan di pasar atau menghubungi *supplier* untuk diantar ke rumah keesokan harinya
3. Jika bahan diantar *supplier* ke toko, maka harus menerima nota belanja
4. Mengecek bahan-bahan yang diantar sudah sesuai dengan nota
5. Pembayaran dilakukan dengan cara cash atau transfer jika nominal di atas Rp 1.000.000

IV.1.6.2 Pengolahan Produk contoh produk : Ayam

1. Ayam potong segar yang diantar ke toko langsung dibersihkan secara menyeluruh. Pastikan bahwa sudah tidak ada lagi bulu yang menempel di ayam
2. Memanaskan air dan bumbu ungkep di panci
3. Masukkan ayam kedalam panci dan tunggu hingga matang
4. Angkat ayam yang telah diungkep dan tiriskan sambil didinginkan dengan kipas angin
5. Jika ayam telah dingin, ayam ungkep siap disimpan.

IV.1.6.3 Penyimpanan produk

1. Ayam yang telah dingin dikelompokkan menjadi kelompok paha dan kelompok dada
2. Susun 50 pcs paha ke dalam 1 box, begitu pula dengan dada
3. Mencatat hasil produksi ke papan laporan produksi
4. Memasukan box yang sudah berisi ayam kedalam *freezer*

IV.1.6.4 Distribusi produk

1. Setiap cabang memesan ke bagian produksi jika ayam per cabang tinggal 50 potong
2. Bagian produksi mengeluarkan ayam per box
3. Mengirim box berisi ayam ke masing-masing cabang
4. Mencatat semua barang yang telah didistribusikan

IV.1.7 Membuat sistem penjualan

Alur penjualan dari pembeli datang hingga melakukan pembayaran adalah:

1. Pembeli masuk ke toko
2. Pembeli memesan di counter kasir yang berada di bagian depan toko
3. Karyawan Ayam Naknan menjelaskan menu dan menawarkan menu
4. Pembeli memilih lokasi duduk
5. Karyawan Ayam Naknan membuat sesuai pesanan : menggoreng/membakar dan membuat sambal
6. Karyawan Ayam Naknan menyajikan ke pembeli
7. Pembeli menyantap hidangan
8. Jika ada tambahan pesanan, kembali ke nomor 5
9. Pembeli membayar di counter kasir

IV.1.8 Membuka waralaba

Asosiasi Franchise Indonesia mendefinisikan waralaba sebagai sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir dengan cara pemilik merek yang disebut sebagai *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu dan meliputi area tertentu (2018). Bisnis waralaba sekarang ini sangat diminati. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bisnis waralaba yang berkembang dan dengan cepat menyebar. Melihat hal ini, tentu Ayam Naknan juga ingin menjadi bisnis waralaba yang sukses. Pada tahap perencanaannya, Ayam Naknan juga telah menyebutkan bahwa keunggulan(*strength*) Ayam Naknan di bidang produksi dapat menjadi penopang yang kuat di bisnis waralaba. Namun, akhirnya penulis memutuskan untuk menunda pengembangan bisnis menjadi waralaba. Hal ini dikarenakan penulis ingin memaksimalkan penjualan dari 3 toko yang sudah dimiliki. Walaupun memiliki bagian produksi yang cukup baik, ada

hal-hal lain yang masih harus dipelajari seperti sumber daya manusia, tata cara pelayanan, dan mengenal konsumen. Beberapa bulan menjalankan usaha juga memperlihatkan kondisi keuangan yang sebenarnya. Laba bersih yang dihasilkan lebih kecil dibanding proyeksi. Sebagai pemilik waralaba yang baik tentu harus mengetahui dan memahami bisnis dari hulu hingga hilir. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menunda rencana waralaba walaupun sudah ada beberapa yang berminat dengan waralaba Ayam Naknan untuk di buka di Bali ataupun kota lain. Rencana ini akan dipertimbangkan untuk dilanjutkan pada waktu yang belum ditentukan apabila hasil yang diinginkan sudah tercapai.

IV.2 Pemasaran

Status rencana kegiatan pada kategori pemasaran adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2 Rencana Kegiatan Pemasaran

Rencana Kegiatan Pemasaran		
Rencana Kegiatan	KPI	Status
Sosial Media Ayam Naknan	Memiliki akun <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i>	Tercapai
Bekerja sama dengan GoFood	Toko Ayam Naknan dapat dilihat di GoFood Bali	Tercapai
Bekerja sama dengan <i>influencer</i> lokal	<i>Influencer</i> memposting tentang Ayam Naknan di halaman sosial media miliknya	Tercapai

(Sumber: Data olahan, 2018)

IV.2.1 Sosial Media Ayam Naknan

Tingginya interaksi di media sosial saat ini membuat keberadaan bisnis di sosial media sangatlah penting. Informasi baru dapat dengan cepat tersebar kepada pengikut di halaman sosial media. Ayam Naknan memiliki akun sosial media yaitu *Instagram* dan *Facebook*. *Instagram* merupakan akun sosial media yang lebih aktif dibanding *Facebook*. Selain dari melakukan aktivitas post, keaktifan dapat dilihat dari reaksi pengikut. Pengikut sosial Ayam Naknan lebih sering merespon di *Instagram* dengan cara menyukai *post*, memberikan komentar, serta mengambil foto pesanan mereka kemudian ditandai ke halaman Ayam Naknan. Pengikut pun lebih sering bertanya melalui fitur komentar atau pesan pribadi *Instagram*.



Gambar IV.3 Akun *Instagram* @ayamnaktan

(Sumber: Arsip Ayam Naknan, 2018)

Ayam Naknan juga memakai fitur *Google* yaitu *Google Maps*. Sekarang ini, penggunaan *Google Maps* sangat membantu dalam pencarian lokasi baru. Penulis memasukkan Ayam Naknan ke dalam *Google Maps* beserta data alamat, jam buka, dan foto produk. Dengan begitu, ketika ada yang ingin datang ke toko Ayam Naknan, mereka dapat menemukan jalannya melalui *Google Maps*. Bahkan jika mereka mencari tentang masakan ayam, masakan pedas, atau restoran di *Google* dan posisi pencari berada di sekitar toko Ayam Naknan, *Google* dapat memunculkan alamat Ayam Naknan di halaman pertama *Google*.

Keberadaan *Facebook* juga penting untuk mendukung teknis sosial media. *Facebook* digunakan untuk membuat lokasi yang dapat di-tag di *Instagram* dan *Facebook*. Selain itu, pembuatan iklan juga dibuat melalui *Facebook*. Iklan yang dibuat melalui *Facebook* dapat secara efektif dibagikan ke sasaran dengan demografi dan geografi tertentu. Contoh iklan yang bisa dibuat melalui *Facebook* adalah iklan di halaman utama *Facebook*, iklan di halaman utama *Instagram*, dan iklan di *Instagram Stories*. Langkah mudah untuk membuat iklan melalui *Facebook* adalah:

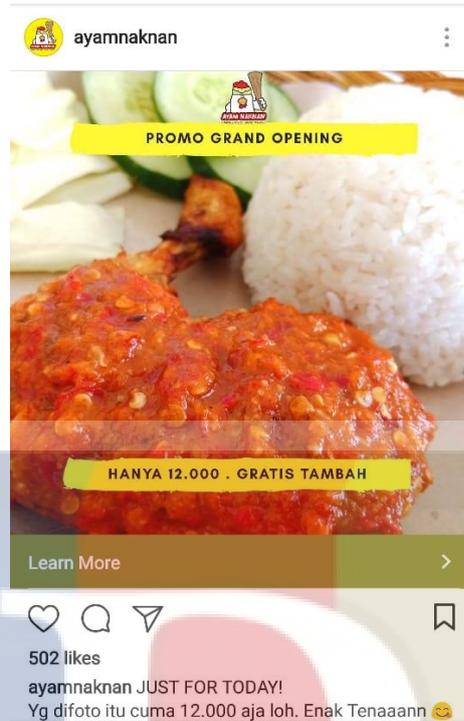
1. Membuat *Facebook* page dan isi informasi yang diminta oleh *Facebook*
2. Membuka halaman ads manager
3. Memilih tujuan iklan seperti gambar berikut ini. Ayam Naknan biasanya memilih brand awareness atau reach

What's your marketing objective? Help: Choosing an Objective

Awareness	Consideration	Conversion
<input checked="" type="checkbox"/> Brand awareness	Traffic	Conversions
Reach	Engagement	Catalog sales
	App installs	Store visits
	Video views	
	Lead generation	
	Messages	

Gambar IV.4 Contoh Halaman Pembuatan Iklan *Facebook*
(Sumber: Arsip Ayam Naknan, 2018)

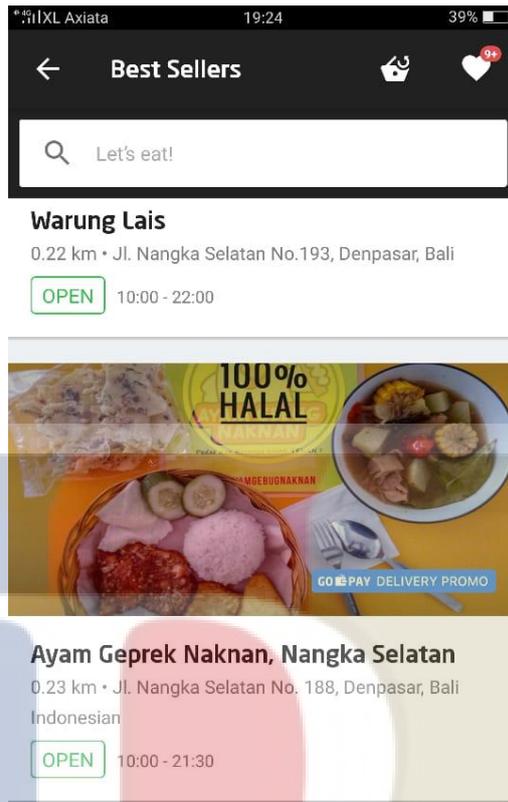
4. Menentukan target *audience*. Ayam Naknan memilih target sebagai berikut:
 - Usia 17-45 tahun
 - Lokasi 3-25 km dari lokasi toko. Radius 3 km dipilih jika isi iklan berisi ajakan untuk makan di tempat sedangkan radius hingga 25 km untuk iklan berisi ajakan memesan lewat pesan antar online
 - Memiliki ketertarikan terhadap ayam, makanan cepat saji, makan siang, makan malam, McDonald, KFC, ayam goreng, wisata kuliner, dan makanan pedas.
5. Memilih penempatan iklan, dapat dipilih *auto placement* agar *Facebook* yang memilih tempat yang paling efektif
6. Menentukan alokasi dana dan jadwal penayangan iklan
7. Mengupload *content* iklan berupa gambar dan kata-kata dan iklan siap tayang



Gambar IV.5 Contoh Iklan *Instagram* yang Dibuat dari *Facebook*
(Sumber: Arsip Ayam Naktan, 2018)

IV.2.2 Bekerja sama dengan GoFood

Untuk menambah jangkauan layanan dan menambah penjualan, maka Ayam Naktan bekerja sama dengan GoFood, layanan pesan antar pesanan online. Dengan bekerja sama dengan GoFood, Ayam Naktan tidak perlu membuat armada pengantaran sendiri. Adanya armada pengantaran sendiri dapat menambah biaya karena diperlukan tambahan karyawan, motor dan bahan bakar. Layanan GoFood mempermudah Ayam Naktan untuk menjangkau pembeli yang sedang tidak ingin di toko atau pembeli dengan jarak maksimal 25 km. Tentu saja area cakupan ini sangat luas mengingat bahwa radius rata-rata pembeli Ayam Naktan berada di 3 km. Pada GoFood, pembeli dapat melihat menu beserta foto dan harga. Selain itu pembeli juga dapat menulis catatan untuk *driver* Gojek yang memesan.



Gambar IV.6 Ayam Naknan di kategori *Best Seller* GoFood
(Sumber: Arsip Ayam Naknan, 2018)

Sistem GoFood terbaru adalah dengan menggunakan GoResto. Aplikasi GoResto memungkinkan Ayam Naknan untuk menerima pesanan yang dibeli pembeli bahkan sebelum driver Gojek sampai di tempat. Lalu ketika driver Gojek sampai di toko, kami melakukan verifikasi kode lalu pembelian dibayar menggunakan GoPay. Total GoPay dari satu hari transaksi tersebut akan langsung tersambung ke rekening bank dan ditransfer pada H+1 transaksi dan telah dipotong komisi sebesar 20%. Persentase komisi ini termasuk besar mengingat komisi GoFood dulu adalah 10% kemudian naik menjadi 15% dan sekarang 20%. Jika 20% ditanggung oleh Ayam Naknan sepenuhnya, maka hal ini sangat merugikan karena mengurangi keuntungan. Oleh karena itu, harga yang tertera di aplikasi GoFood sudah dinaikan terlebih dahulu sebesar 20%.

Ayam Naknan juga sedang mengurus kerja sama dengan GrabFood, layanan pesan antar online dari perusahaan Grab. Pihak

GrabFood telah mendatangi Ayam Naknan dan mengajukan kerja sama karena melihat banyak yang memesan Ayam Naknan dari *free listing* GrabFood. Namun, karena komisi yang diminta adalah 30%, Ayam Naknan merasa ini terlalu tinggi. Oleh karena itu, Ayam Naknan sedang mengajukan pengurangan persentase komisi.

IV.2.3 Bekerja sama dengan *influencer* lokal

Influencer adalah sebutan bagi akun yang memiliki banyak pengikut yang pada umumnya mempunyai topik atau bahasan tertentu dan bisa juga memiliki batasan geografi atau demografi tertentu. *Influencer* yang bekerja sama dengan Ayam Naknan adalah *influencer* yang menekuni bidang kuliner dan mereka dikenal juga sebagai *food blogger*. Ada beberapa bentuk kerja sama yang dapat dibuat dengan *food blogger*. Beberapa contoh kerja sama adalah mengundang *food blogger* untuk langsung datang ke toko lalu mengulas produk yang disajikan atau mengirim foto produk dan meminta *influencer* tersebut untuk menampilkan di halamannya. Ayam Naknan pernah bekerja sama dengan *influencer* lokal seperti @infodenpasar dan @deliciousbali. Hasil yang didapat dari kerja sama ini adalah meningkatnya jumlah *follower* Ayam Naknan di *Instagram*. Dengan bertambahnya jumlah *follower*, *Instagram* Ayam Naknan akan terlihat lebih meyakinkan dan informasi baru dari Ayam Naknan akan tersebar ke lebih banyak orang. Hasil dari kerja sama dengan *influencer* terdapat pada Lampiran E.

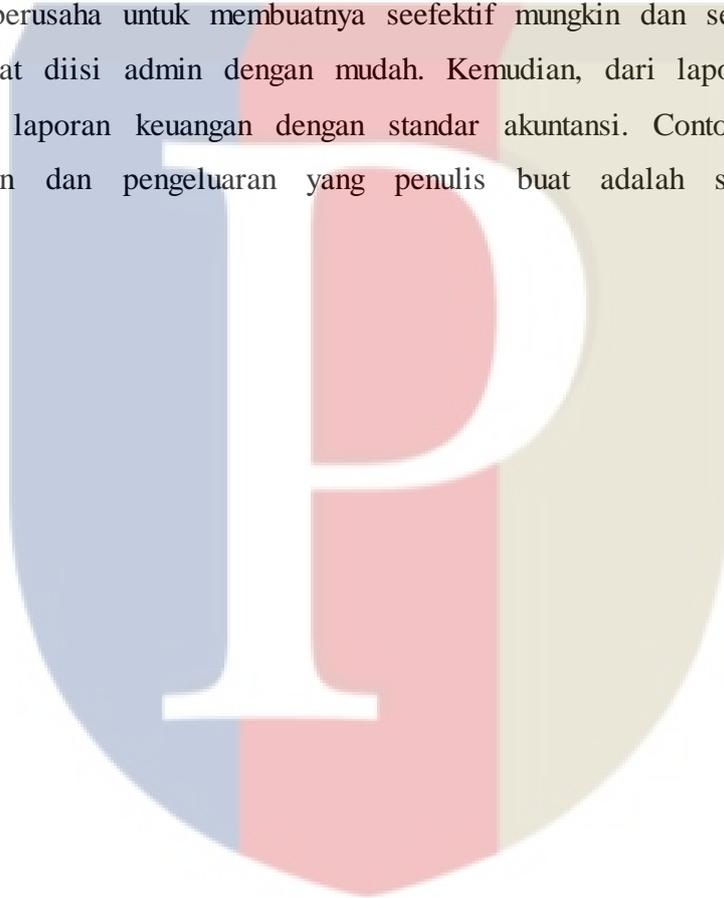
IV.3 Keuangan

Tabel IV.3 Rencana Kegiatan Keuangan

Rencana Kegiatan Keuangan		
Rencana Kegiatan	KPI	Status
Merekap aktivitas penjualan harian	Terdapat hasil rekapan penjualan 1 hari	Tercapai
Membuat laporan keuangan setiap bulan	Terdapat laporan keuangan setiap bulan	Tercapai

(Sumber: Data olahan, 2018)

Penjualan setiap hari tercatat dalam sistem *Point of Sales* (POS). Ayam Nakan menggunakan POS milik Pawoon dan Moka. Setelah itu, bagian admin akan memasukkan data penjualan dan pengeluaran harian dalam *Google Documents-Sheet*. Sebelum menggunakan *Google Documents*, pencatatan data ini dilakukan secara manual, kemudian berkembang menggunakan *Microsoft Excel*. Namun karena data pernah terhapus dan sulit untuk dilihat kapan saja, akhirnya penulis menggunakan *Google Sheet* agar dapat dilihat kapan pun. Laporan pemasukan dan pengeluaran ini telah banyak berubah sejak pertama kali dibuat. Penulis berusaha untuk membuatnya seefektif mungkin dan semudah mungkin agar dapat diisi admin dengan mudah. Kemudian, dari laporan ini penulis membuat laporan keuangan dengan standar akuntansi. Contoh dari laporan pemasukan dan pengeluaran yang penulis buat adalah sebagai berikut:



Tabel IV.4 Contoh Laporan Pemasukan dan Pengeluaran

DATA KEUANGAN JUNI 2018														
DATA PEMASUKAN HARIAN								DATA PENGELUARAN HARIAN						
Hari & Tanggal	TOTAL PAWOON	TRANSAKSI KARTU	TOTAL TUNAI (TANPA modal)	TOTAL TUNAI+KARTU	MINUS	PLUS	TOTAL AKTUAL	Hari & Tanggal	TOTAL HARIAN	PEMBELIAN PRODUKSI	LISTRIK	KET	GAS	KET
6/1/2018				Rp -			Rp -	6/1/2018	Rp0					
6/2/2018				Rp -			Rp -	6/2/2018	Rp0					
6/3/2018				Rp -			Rp -	6/3/2018	Rp0					
6/4/2018				Rp -			Rp -	6/4/2018	Rp0					
6/5/2018				Rp -			Rp -	6/5/2018	Rp0					
6/6/2018				Rp -			Rp -	6/6/2018	Rp0					
6/7/2018				Rp -			Rp -	6/7/2018	Rp0					
6/8/2018				Rp -			Rp -	6/8/2018	Rp0					
6/9/2018				Rp -			Rp -	6/9/2018	Rp0					
6/10/2018				Rp -			Rp -	6/10/2018	Rp0					
6/11/2018				Rp -			Rp -	6/11/2018	Rp0					
6/12/2018				Rp -			Rp -	6/12/2018	Rp0					
6/13/2018				Rp -			Rp -	6/13/2018	Rp0					
6/14/2018				Rp -			Rp -	6/14/2018	Rp0					
6/15/2018				Rp -			Rp -	6/15/2018	Rp0					
6/16/2018				Rp -			Rp -	6/16/2018	Rp0					
6/17/2018				Rp -			Rp -	6/17/2018	Rp0					
6/18/2018				Rp -			Rp -	6/18/2018	Rp0					
6/19/2018				Rp -			Rp -	6/19/2018	Rp0					
6/20/2018				Rp -			Rp -	6/20/2018	Rp0					

(Sumber: Arsip Ayam Nakan,2018)

Pada bagian keuangan, terdapat perbedaan hasil yang didapat antara proyeksi dan implementasi. Periode implementasi adalah 7 bulan yaitu dari Oktober 2017 hingga April 2018. Oleh karena itu, hasil proyeksi pada tabel IV.2 dan seterusnya adalah proyeksi selama 7 bulan.

Berdasarkan laporan arus kas, pendapatan yang didapat selama implementasi (Rp 628.142.200) jauh lebih besar dari proyeksi pendapatan (Rp 240.120.000). Namun, nilai harga pokok penjualan lebih besar dari yang diperkirakan yaitu dari Rp 81.849.600 menjadi Rp 421.445.122. Hal ini disebabkan oleh penghitungan harga pokok penjualan saat proyeksi kurang akurat dan terlalu rendah. Setelah diimplementasi, penulis telah mencoba untuk menekan pengeluaran dan hasil tetap menunjukkan harga pokok penjualan masih besar. Hal ini menunjukkan kesalahan terletak pada perencanaan dan bukan pada implementasi. Bisnis kuliner Ayam Naknan tidak bisa menaikkan harga jual untuk mendapat keuntungan yang lebih tinggi karena banyak pesaing yang menjual produk yang serupa. Sehingga, untuk bisnis kuliner seperti ini harus mengandalkan faktor kuantitas penjualan atau dikenal sebagai faktor kali. Semakin banyak jumlah produk yang dijual, semakin besar keuntungan yang didapatkan. Meskipun demikian, prive atau kas yang diambil oleh pemilik saat implementasi lebih banyak dari yang diproyeksikan.

Hasil analisis *Laporan laba rugi* adalah sebagai berikut:

Tabel IV.5 Perbandingan rasio pada proyeksi dan implementasi

Rasio	Proyeksi	Implementasi	Penjelasan
Marjin laba kotor	63,30%	28,75%	Marjin laba kotor menurun jauh karena efek harga pokok penjualan yang lebih besar dari proyeksi.
Laba bersih	33,36%	10,69%	Laba bersih menurun namun masih pada level positif
Harga pokok penjualan	34,09%	67,09%	Biaya harga pokok penjualan meningkat

			diperkirakan karena perhitungan harga pokok penjualan yang kurang akurat.
Biaya gaji	24,74%	14,26%	Biaya gaji lebih rendah dari proyeksi karena pengefektifan jumlah karyawan
Pendapatan GoFood	13,04%	21%	Hasil yang didapat dari dari jasa pesan antar makanan yang ditargetkan sebesar 13% melebihi ekspektasi yaitu 21%.

(Sumber: Data diolah,2018)

‘Berdasarkan analisis neraca, ditemukan bahwa pengeluaran untuk menyewa 3 lokasi toko adalah Rp 100.000.000 sedangkan modal pemilik adalah Rp 160.000.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengeluaran terbanyak adalah untuk menyewa tempat. Berdasarkan laporan arus kas, arus kas pada akhir bulan selalu berada di level positif bahkan setelah penulis mengambil uang setiap akhir bulan.

Tabel IV.6 Implementasi Laporan Arus Kas Ayam Nakan selama 7 bulan

**Laporan Arus Kas (IMPLEMENTASI)
Ayam Nakan**

Tanggal Mulai	Okt-17							
Kas minimum	4.999.999							
	Awal	Okt-17	Nov-17	Des-17	Jan-18	Feb-18	Mar-18	Apr-18
Kas Awal	10.000.000	10.000.000	6.916.400	7.391.220	9.760.860	15.422.380	26.360.040	35.894.200
Penerimaan Kas								
Pendapatan Penjualan Langsung		13.452.000	21.240.000	24.363.000	76.487.000	78.066.000	71.046.000	63.312.000
Pendapatan Penjualan GoFood		1.473.750	6.429.250	10.532.250	13.112.250	14.957.750	18.751.500	17.728.250
Total Penerimaan Kas		14.925.750	27.669.250	34.895.250	89.599.250	93.023.750	89.797.500	81.040.250
Total kas tersedia	10.000.000	24.925.750	34.585.650	42.286.470	99.360.110	108.446.130	116.157.540	116.934.450
Pengeluaran Kas								
Beban Iklan		200.000		200.000	500.000			500.000
Harga Pokok Penjualan		10.241.700	18.468.380	22.952.160	60.883.760	63.022.540	60.233.040	54.246.220
Beban komisi		294.750	1.285.850	2.106.450	2.622.450	2.991.550	3.750.300	3.545.650
Beban Utilitas		500.000	500.000	500.000	1.030.500	1.124.000	1.150.000	1.178.600
Beban Gaji		3.200.000	3.200.000	3.200.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	12.800.000
Beban Perlengkapan					3.500.000			3.500.000
Beban Lain-lain		572.900	740.200	567.000	801.020	348.000	530.000	204.000
SUBTOTAL		15.009.350	24.194.430	29.525.610	78.937.730	77.086.090	75.263.340	75.974.470
Prive		3.000.000	3.000.000	3.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	8.000.000
Total Pengeluaran Kas		18.009.350	27.194.430	32.525.610	83.937.730	82.086.090	80.263.340	83.974.470
Kas Akhir	10.000.000	6.916.400	7.391.220	9.760.860	15.422.380	26.360.040	35.894.200	32.959.980
Asumsi								
		Okt-17	Nov-17	Des-17	Jan-18	Feb-18	Mar-18	Apr-18
Jumlah pekerja/cabang		2	2	2	6	6	6	8
Gaji (Rp)		160000	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Growth Rate tahun 2 dan 3								24%

(Sumber: Data diolah, 2018)

Tabel IV.7 Proyeksi Laporan Arus Kas Ayam Naknan selama 7 bulan

**Proyeksi Laporan Arus Kas
Ayam Naknan**

Tanggal Mulai
Kas minimum

Okt-17
4.999.999

	Beginning	Okt-17	Nov-17	Des-17	Jan-18	Feb-18	Mar-18	Apr-18
Kas Awal	10.000.000	10.000.000	13.224.800	17.649.600	22.074.400	28.082.400	32.090.400	36.098.400
Penerimaan Kas								
Pendapatan Penjualan Langsung		21.600.000	21.600.000	21.600.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000
Pendapatan Penjualan GoFood		3.240.000	3.240.000	3.240.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Total Penerimaan Kas		24.840.000	24.840.000	24.840.000	41.400.000	41.400.000	41.400.000	41.400.000
Total kas tersedia	10.000.000	34.840.000	38.064.800	42.489.600	63.474.400	69.482.400	73.490.400	77.498.400
Pengeluaran Kas								
Beban Iklan		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Harga Pokok Penjualan		8.467.200	8.467.200	8.467.200	14.112.000	14.112.000	14.112.000	14.112.000
Beban komisi		648.000	648.000	648.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000
Beban Utilitas		500.000	500.000	500.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Beban Gaji		5.400.000	5.400.000	5.400.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000
Beban Perlengkapan		1.200.000			3.000.000			
Beban Lain-lain		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
SUBTOTAL		16.615.200	15.415.200	15.415.200	30.392.000	27.392.000	27.392.000	27.392.000
Prive		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Total Pengeluaran Kas		21.615.200	20.415.200	20.415.200	35.392.000	37.392.000	37.392.000	37.392.000
Kas Akhir	10.000.000	13.224.800	17.649.600	22.074.400	28.082.400	32.090.400	36.098.400	40.106.400

Asumsi

	Okt-17	Nov-17	Des-17	Jan-18	Feb-18	Mar-18	Apr-18
Penjualan Per Bulan (porsi)	1200	1200	1200	2000	2000	2000	2000
Harga jual/porsi (Rp)	18000						
Jumlah pekerja/cabang	3	3	3	6	6	6	6
Gaji (Rp)	1800000						
Growth Rate tahun 2 dan 3	24%						

(Sumber: Data diolah, 2018)

Tabel IV.8 Tabel Perbandingan Laporan Arus Kas

Laporan Arus Kas
Ayam Naknan
Periode: Oktober 2017-April 2018

Penerimaan Kas	Implementasi	Proyeksi
Pendapatan Penjualan Langsung	497.753.500	208.800.000
Pendapatan Penjualan GoFood	130.388.700	31.320.000
Total Penerimaan Kas	628.142.200	240.120.000
Pengeluaran Kas		
Beban Iklan	1.400.000	1.400.000
Harga Pokok Penjualan	421.445.122	81.849.600
Beban komisi	26.077.740	6.264.000
Beban Utilitas	10.459.600	5.500.000
Beban Gaji	89.600.000	59.400.000
Beban Perlengkapan	7.000.000	4.200.000
Beban Lain-lain	4.986.420	1.400.000
SUBTOTAL	560.968.882	160.013.600
Prive	65.000.000	50.000.000
Total Pengeluaran	625.968.882	210.013.600

(Sumber: Data diolah, 2018)

Tabel IV.9 Tabel Perbandingan Laporan Laba Rugi

**LAPORAN LABA RUGI
AYAM NAKNAN
Oktober 2017- April 2018**

	Implementasi	%	Proyeksi	%
Pendapatan				
Penjualan Langsung	497.753.500	79%	208.800.000	86,96%
Pendapatan				
Penjualan GoFood	130.388.700	21%	31.320.000	13,04%
TOTAL PENDAPATAN	628.142.200	100%	240.120.000	100,00%
Harga Pokok Penjualan	(421.445.122)	-67,09%	(81.849.600)	-34,09%
Komisi GoFood	(26.077.740)	-4,15%	(6.264.000)	-2,61%
Laba Kotor	180.619.338	28,75%	152.006.400	63,30%
Beban Utilitas	(10.459.600)	-1,67%	5.500.000	-2,29%
Beban Gaji	(89.600.000)	-14,26%	59.400.000	-24,74%
Beban Iklan	(1.400.000)	-0,22%	1.400.000	-0,58%
Beban Peralatan	(7.000.000)	-1,11%	4.200.000	-1,75%
Beban lain-lain	(4.986.420)	-0,79%	1.400.000	-0,58%
Total Beban	(113.446.020)	-18,06%	71.900.000	-29,94%
Pendapatan sebelum pajak	67.173.318	10,69%	80.106.400	33,36%
Pajak	-	0,00%	-	0,00%
Laba Bersih	67.173.318	10,69%	80.106.400	33,36%

(Sumber: Data diolah, 2018)

Tabel IV.10 Tabel Perbandingan Neraca

**Neraca
Ayam Naknan
Periode Oktober 2017- April 2018**

	Implementasi	Proyeksi
Aset		
Aktiva Lancar	12.173.318	32.440.320
Kas	17.826.682	12.559.680
Persediaan Barang	100.000.000	80.000.000
Biaya yang dibayar dimuka	130.000.000	112.440.320
Total aktiva lancar		
Aktiva Tetap	30.000.000	35.000.000
Peralatan	30.000.000	35.000.000
Total aktiva tetap		
Total Aset	160.000.000	160.000.000
Pasiva	0	0
Pasiva Jangka Pendek	0	0
Pasiva Jangka Panjang		
Ekuitas	160.000.000	160.000.000
Modal Pemilik	160.000.000	160.000.000
Akumulasi laba ditahan		
Total Ekuitas	160.000.000	160.000.000

(Sumber: Data diolah, 2018)

IV.4 Sumber Daya Manusia

Urusan sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting namun sering terlupakan saat perencanaan. Hubungan sumber daya manusia tidak hanya berhubungan dengan keuangan saja, namun juga emosi, struktur organisasi dan keterampilan usaha. Masalah sumber daya manusia dapat merubah keputusan yang telah atau akan dibuat. Kegiatan yang dilakukan meliputi merekrut karyawan, mengevaluasi kinerja karyawan, memberikan hak karyawan dan melepas atau mempertahankan karyawan

Karyawan pertama Ayam Naknan adalah karyawan yang dibawa dari Jakarta dan telah bekerja dengan penulis selama 1 tahun. Karyawan ini mau bekerja dengan baik dan jujur. Setelah itu, penulis merekrut karyawan baru melalui kenalan namun tidak berjalan dengan baik. Lalu, penulis mencoba untuk mencari karyawan menggunakan aplikasi OLX. Selain menjual barang bekas, ternyata OLX memiliki fitur lowongan pekerjaan. Respon yang didapat melebihi ekspektasi. Banyak yang langsung menanyakan detail dan meminta waktu wawancara. Setelah melalui tahap wawancara, jumlah karyawan pada akhirnya adalah 4 orang.

Selama berjalannya usaha Ayam Naknan, karyawan dilatih untuk dapat menguasai hampir keseluruhan aktivitas usaha seperti produksi, menerima pesanan, melayani pembeli, hingga pembayaran. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efektivitas kerja karyawan, dan jika ada karyawan yang libur maka siapapun dapat menggantikan posisinya. Walaupun dengan jumlah pegawai yang masih sedikit, penulis tetap melakukan evaluasi kinerja karyawan. Hal ini berhubungan dengan kejujuran, sifat dan sikap karyawan di tempat kerja maupun diluar jam kerja. Jika terdapat masalah dalam hal itu, penulis akan mencoba memberikan arahan dan nasihat. Namun, jika arahan tersebut diabaikan dan masalah yang dibuat mengganggu pekerjaan dan rekan kerja, maka penulis bersikap tegas dan mengeluarkan karyawan tersebut. Ayam Naknan juga melihat kinerja karyawan secara objektif. Jika, karyawan tersebut bekerja dengan baik, Ayam Naknan akan memberikan tambahan bonus.

Dalam hal mempertahankan karyawan, Ayam Nakan berupaya memberikan situasi kerja yang nyaman. Salah satu cara untuk mempertahankan karyawan yang bekerja dengan baik adalah dengan memberikan kemudahan berhutang atau kasbon. Kasbon adalah bagian yang seringkali tidak terbayang di dalam perencanaan keuangan. Misalnya, jika karyawan berhutang sebesar Rp 5.000.000 tentunya hutang ini tidak akan dibayarkan langsung di bulan tersebut, namun akan dicicil selama beberapa bulan. Hal ini tentu membuat perbedaan dalam catatan keuangan.

Selain itu, cara mempertahankan karyawan adalah dengan memberikan mereka kemudahan kredit kendaraan atau alat elektronik. Karyawan memiliki keinginan yang merupakan kebutuhan tersier. Dengan memberikan kemudahan untuk kredit, maka karyawan ini akan terikat dengan pemilik usaha dalam waktu yang cukup panjang. Hal ini bisa menjadi suatu hal yang baik atau buruk. Maksud dari hal baik adalah pemilik usaha memiliki kepastian bahwa karyawan tersebut akan terus bekerja paling tidak hingga hutangnya lunas dan hubungan antar karyawan-pemilik usaha juga baik. Maksud dari hal buruk adalah ketika pemilik usaha ingin mengeluarkan karyawan namun karyawan tersebut masih memiliki hutang. Sehingga, mau tidak mau karyawan tersebut harus dipertahankan.

Hal lain yang berkaitan dengan sumber daya manusia adalah memberikan hak karyawan setiap bulan dengan tepat waktu. Ada ataupun tidak adanya kas, karyawan tetap harus mendapatkan hak mereka dan ini merupakan tanggung jawab pemilik usaha.

Status rencana kegiatan pada kategori sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

Tabel IV.11 Rencana Kegiatan Sumber Daya Manusia

Rencana Kegiatan Sumber Daya Manusia		
Rencana Kegiatan	KPI	Status
Mencari pegawai	Mendapat karyawan baru	Tercapai
Evaluasi pegawai	Mempertahankan/ mengeluarkan karyawan	Tercapai
Menghitung gaji bulanan	Terdapat slip gaji karyawan	Tercapai

(Sumber: Data olahan, 2018)