

BAB 5

STRATEGI FUNGSIONAL PERUSAHAAN

5.1 Kerangka Model Bisnis

Salah satu faktor utama yang mendukung kelompok dalam menciptakan produk Maximeal adalah *key resources* yang dimiliki kelompok. Beberapa dari anggota kelompok telah mempunyai pengalaman dalam menjalankan bisnis *food and beverage*, sehingga tim manajemen mempunyai pengetahuan akan kebutuhan dan persiapan apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis ini. Selain itu, kelompok juga mempunyai *resources* terhadap tempat produksi yang cocok untuk menjalankan bisnis ini. Setelah mengetahui *resources* yang dimiliki, kelompok mempelajari apa yang dibutuhkan oleh lingkungan sekitar yang ada, dalam hal ini kelompok mempelajari kebutuhan dari ibu-ibu yang memiliki anak bersekolah.

Menggunakan alat bantu *value proposition canvas*, kelompok menemukan adanya kebutuhan dari ibu-ibu yang memiliki anak bersekolah untuk melakukan beberapa *jobs*, di antaranya: menyiapkan sarapan, mengurus anak sekolah, menjaga kesehatan anak, dan mengantar makanan. Ibu-ibu tersebut juga menghadapi beberapa *pains*, atau kendala dalam melakukan *jobs* yang ada, di antaranya: waktu yang sempit, waktu bangun yang pagi, kesulitan untuk membeli bahan makanan, kantin sekolah yang tidak higienis, tidak mempunyai keahlian memasak, pengantaran yang memakan banyak waktu, dan ketersediaan makanan sehat yang kurang. *Gains* yang diharapkan oleh ibu-ibu tersebut adalah anak-anak yang sehat dengan adanya makanan yang sehat dan segar. Maka dari itu kelompok menciptakan sebuah *value proposition* dengan menyediakan produk catering Maximeal yang menyediakan *pain relievers* yang berupa penyajian makanan sehat dan higienis untuk anak

dengan adanya *gain creators*: makanan sehat dengan nutrisi seimbang dan variasi yang beragam

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berkah Sayur Wawur • Ahmad Sayur • UD Buah Segar M. Jaya • Rumah Buah Gading Serpong • Supplier Packaging • Daging Sapi Selvi (Delivery) • Fauzi Jaya Chicken (Delivery) • Percetakan Unixon (Delivery) 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Administrative Activities</i> • <i>Operational Activities</i> • <i>Marketing Activities</i> 	<p>Value Proposition</p> <p>Menyediakan bekal yang sehat, higienis, enak dan berbentuk lucu, dengan variasi menu <i>around the world</i> yang dapat mengurangi beban orang tua dalam memenuhi kebutuhan gizi makanan anak mereka</p>	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Open feedback and menu feedback</i> • <i>Promotion</i> • <i>Testimonial</i> • <i>Sticker book</i> • <i>Thematic sleeve</i> • <i>Direct delivery</i> • <i>Compensation discount</i> 	<p>Customer Segments</p> <p><i>Demographic</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Berada pada <i>family life cycle Full Nest I, Full Nest II</i> • Ibu dengan anak berusia 6 - 12 tahun • Pekerjaan : Pekerja, Pengusaha, Executive, Ibu Rumah Tangga • <i>Upper Middle</i> dan <i>Affluent</i> <p><i>Geographic</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kecamatan Serpong, Serpong Utara, Kelapa Dua <p><i>Psychographic</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Undaunted Striver, Inspired Adventurer</i> <p><i>Benefit Sought</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Service, Quality, Convenience</i>
<p>Cost Structure</p> <p><i>Product Cost</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Direct Materials</i>: bahan mentah • <i>Direct Labor</i>: upah pekerja dapur • <i>Manufacturing Overhead</i>: listrik, gas, air, <i>packaging</i> <p><i>Period Cost</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Selling Expenses</i>: <i>marketing expense</i>, upah <i>delivery man</i> • <i>Administrative Expenses</i>: pulsa 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Regular Portion</i> • <i>Bigger Portion</i> • <i>Event Packages</i> 		

Gambar 5.1 Model Bisnis Maximeal

Maximeal merupakan bisnis catering makanan sehat anak yang menyediakan bekal yang higienis, enak (sesuai dengan *taste* anak-anak), dan lucu (memiliki bentuk nasi yang lucu serta kombinasi warna makanan dengan *packaging* yang cerah), dengan variasi menu *around the world* yang bertujuan untuk dapat mengurangi beban orang tua dalam memenuhi kebutuhan gizi makanan anak mereka. Kelompok bekerja sama dengan *key partners*: pemasok bahan-bahan makanan, *packaging* dan kantor percetakan, *key resources*: tim manajemen, tenaga kerja dapur, pengetahuan menu *around the world*, akses kepada pemasok bahan baku dan kemasan, peralatan dan tempat produksi yang mendukung, untuk melakukan *key activities* dalam menjalankan bisnis Maximeal yang adalah *administrative activities*, *operational activities*, dan *marketing activities*.

Penjabaran *customer segment* dari Maximeal adalah: Ibu dengan anak berusia 6 - 12 tahun dengan status *life cycle full nest I dan full nest II* dengan pengeluaran per bulan yang masuk pada kategori *middle* dan *upper middle consumers* (BCG, 2012), dengan domisili Tangerang Selatan dan mempunyai ciri-ciri *psychographic* sebagai *undaunted striver* atau *inspired adventurer* (Euromonitor, 2017).

Maximeal kemudian menyampaikan *value proposition* yang ditawarkan kepada *customer segment* melalui beberapa *channels* yang strategis. Di antaranya adalah sekolah dasar di daerah Tangerang Selatan. Kelompok melakukan penyebaran informasi secara *offline* melalui pengajuan proposal, penyebaran brosur, dan *direct selling* pada sekolah dasar dan tempat-tempat umum seperti penempatan brosur pada majalah dinding apartemen, tempat kursus, dan toko fisik. Pengantaran makanan dan penyebaran informasi *offline* pada area sekolah dasar menyebabkan adanya *word of mouth* dan *product knowledge* akan Maximeal. Selain itu, kelompok juga menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar yang tidak hadir secara fisik dalam lokasi

penyebaran informasi *offline*. Untuk memperkuat hubungan dengan *customer* yang telah terjangkau, kelompok melakukan *customer relationship* dengan promosi, meningkatkan kepercayaan dengan adanya testimonial dan memberikan layanan *direct delivery* kepada anak-anak yang mengonsumsi bekal. Kelompok memperkuat hubungan dengan memberikan *sleeve* yang tematik seperti *sleeve* dengan karakter kartun atau film yang sedang beredar dan *superheros* yang sedang populer pada waktu tersebut. Kelompok juga memberikan *sticker book* untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen dengan pengumpulan *sticker* yang diberikan pada setiap penyajian porsi Maximeal. Selain itu, untuk meningkatkan *trust* dari konsumen Maximeal, Maximeal juga melakukan pengambilan video *quality assurance* untuk seluruh konsumen dari Maximeal. Hal tersebut untuk memastikan bahwa catering yang di produksi oleh Maximeal sudah layak untuk di konsumsi oleh anak-anak. Jika terjadi kesalahan yang diakibatkan oleh kelalaian dari pihak Maximeal, kelompok akan memberikan *compensation discount* yang berupa *voucher* gratis untuk 1 porsi reguler.

Dalam melakukan seluruh kegiatan bisnis Maximeal, kelompok mengeluarkan *costs* yang di antaranya adalah *product cost* yang terdiri dari *direct materials* (bahan mentah), *direct labor* (upah pekerja dapur), *manufacturing overhead* (listrik, gas, air, dll), dan *period cost* yang terdiri dari *selling expenses* dan *administrative expense*.

Dari segala aktivitas yang dilakukan beserta dengan segala pihak yang mendukung, Maximeal akan menyampaikan *value* dan menghasilkan *revenue* dari tiga jenis produk: *regular portion*, *bigger portion*, dan *event package*. Event package merupakan salah satu bentuk mitigasi dari Maximeal terkait adanya libur sekolah yang tak dapat di hindarkan oleh kelompok.

5.2 Rencana Pemasaran

5.2.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran

Tabel 5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran Maximeal

No.	Tujuan	Sasaran	Batasan Waktu	
1.	Meningkatkan <i>market penetration</i> melalui <i>online marketing activities</i> pada target pasar	Menjadi <i>top search</i> dalam Google dengan <i>keyword</i> “ <i>catering anak Tangerang</i> ”	Maret 2018	Feb 2019
		Meningkatkan 10% dari <i>profile visit</i> setiap bulan	Maret 2018	Feb 2019
		Mencapai 900 <i>online reach</i> setiap bulan	Maret 2018	Feb 2019
		Mencapai 1,000 <i>online impressions</i> setiap bulan	Maret 2018	Feb 2019
2.	Meningkatkan <i>market penetration</i> melalui <i>offline marketing activities</i> di sekolah dasar yang menjadi target Maximeal	<i>Brand awareness</i> mampu mencapai 30% dari populasi target sekolah	Maret 2018	Feb 2019
		Bekerja sama dengan 5 sekolah untuk menjadi <i>official supplier list</i> dalam acara-acara sekolah	Maret 2018	Feb 2019
		Memperoleh <i>positioning</i> sebagai katering makanan sehat anak dengan harga yang terjangkau	Maret 2018	Feb 2019
		Meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan jasa yang profesional, ramah dan tepat waktu dengan tingkat kepuasan pelanggan	Maret 2018	Feb 2019

		minimal 80%		
3	Melakukan <i>product development</i> dengan meningkatkan keunggulan produk	Menambah 1 variasi porsi produk	Maret 2018	Feb 2019
		Mengikuti <i>event package</i> sebanyak minimal 10	Maret 2018	Feb 2019
		Menambah variasi menu makanan sebanyak 1 menu perbulan	Maret 2018	Feb 2019
	Meningkatkan jumlah penjualan keseluruhan	Mencapai target penjualan yang telah ditentukan sebelumnya	Maret 2018	Feb 2019

5.2.2 Klasifikasi Konsumen Sasaran

Tabel 5.2 Tabel *Segmenting* dan *Targeting* Maximeal

<i>Demographics</i>	<i>Life Cycle Stage</i>	<i>Bachelor Stage</i>	<i>Newly Married</i>	<i>Full Nest I</i>
		<i>Full Nest II</i>	<i>Full Nest III</i>	<i>Empty Nest I</i>
	<i>Age Group (Pew Research Center)</i>	18 - 33 <i>Millennial Adults</i>	34 - 49 <i>Generation X</i>	50 - 68 <i>Baby Boomers</i>
		69 - 86 <i>Silents</i>	> 87 <i>Greatest</i>	
<i>Jobs</i>	<i>Student</i>	<i>Employee</i>	<i>Entrepreneur</i>	

		<i>Housewife</i>	<i>Executive</i>	
	<i>SES</i>	<i>Elite</i>	<i>Affluent</i>	<i>Upper Middle</i>
		<i>Middle</i>	<i>Emerging Middle</i>	<i>Aspirant</i>
	<i>Geographic</i>	Serpong	Serpong Utara	Kelapa Dua
		Pondok Aren	Ciputat	Ciputat Timur
<i>Psychographics</i>	<i>Consumer Type</i>	<i>Undaunted Striver</i>	<i>Inspired Adventurer</i>	<i>Impulsive Spender</i>
		<i>Secure Traditionalist</i>	<i>Cautious Planner</i>	
<i>Behaviour</i>	<i>Benefit Sought</i>	<i>Service</i>	<i>Quality</i>	<i>Convenience</i>
		<i>Speed</i>	<i>Economy</i>	

Dari aspek *demographics*, target pasar Maximeal merupakan ibu - ibu yang mempunyai anak berusia 6 - 12 tahun sehingga masuk pada kategori *full nest 1* dan *full nest 2*. Rentan usia rata-rata dari orang tua tersebut masuk pada kategori umur 34 - 49 tahun dan 51 - 69 tahun yang menurut *Pew Research Center* masuk dalam Generasi X dan *Baby Boomers*. Target pasar dapat merupakan karyawan, pengusaha, ibu rumah tangga maupun *executive* dengan *socioeconomic status level affluent* dan *upper middle* (BCG, 2012) yang berdomisili di Kecamatan Serpong, Serpong Utara, dan Kelapa Dua.

Dari sisi *consumer type*, menurut riset yang dilakukan oleh Euromonitor International, target pasar dari Maximeal masuk pada kategori *undaunted striver* dan *inspired adventurer*. Di mana *undaunted striver* mempunyai beberapa ciri-ciri sebagai berikut: gemar berbelanja,

sangat peduli terhadap pendapat orang lain mengenai diri mereka, sangat aktif secara *online* dan lebih memilih untuk menghabiskan uang daripada menabung. *Inspired adventurer* gemar berbelanja, sering melakukan pembelian impulsif, memperhatikan penampilan mereka, suka mencoba hal yang baru, dan rela untuk membayar lebih untuk kualitas yang lebih baik. Target pasar Maximeal juga mempunyai perilaku yang mencari *benefit* dari pelayanan, kualitas, dan kepraktisan yang diberikan oleh produk.

5.2.3 Pembangunan Merek Perusahaan

5.2.3.1 Nama Merek & Identitas Logo

Nama merek yang digunakan adalah Maximeal. Maximeal sendiri merupakan penggabungan dari 2 kata yaitu *maximal* dan *meal*. Menurut Cambridge English Dictionary, *maximal* memiliki arti yaitu kemungkinan terbesar atau kemungkinan tertinggi. Sedangkan *meal* merupakan makanan sehari-hari yang dikonsumsi secara berkala. Mengingat kedua arti tersebut. Di mana Maximeal sendiri adalah sebuah jasa catering makanan sehat anak yang memaksimalkan kandungan gizi yang terdapat dalam setiap porsi makan yang disediakan oleh Maximeal.



Gambar 5.2 Logo Maximeal

Logo yang mewakili Maximeal adalah singa dengan warna oranye. Singa dipilih oleh kelompok sebagai logo dari Maximeal dikarenakan *image* dari singa yang kuat dan pemberani. Warna oranye dipilih karena warna oranye melambangkan keceriaan, kehangatan, dan kenyamanan. Tujuan pemilihan warna tersebut adalah, setelah mengonsumsi Maximeal, konsumen Maximeal dapat menjadi anak yang ceria, bersemangat, kuat, dan pemberani seperti singa.

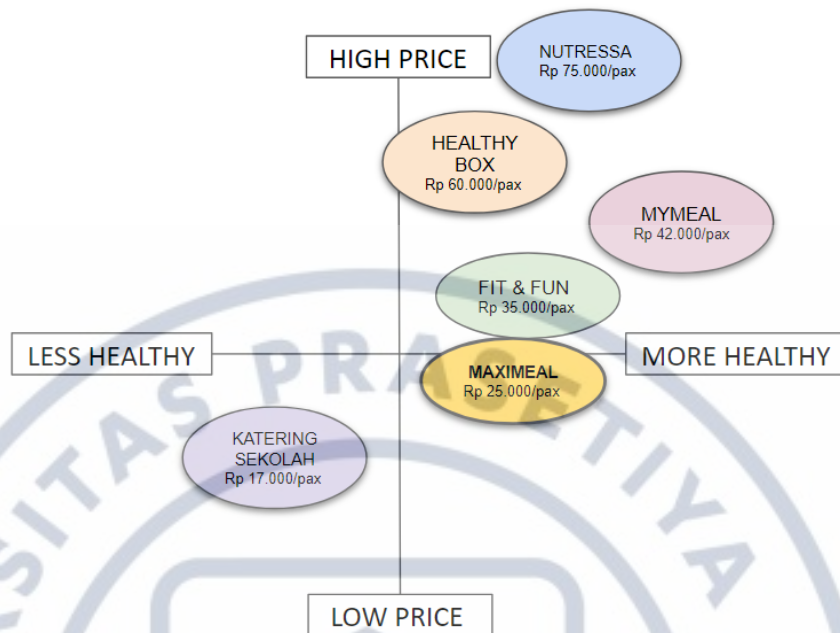
5.2.3.2 Posisi Produk/ Layanan yang Diharapkan di Benak Konsumen

Berangkat dari kebutuhan target pasar yang telah dianalisis pada *value proposition canvas*, kelompok ingin menghadirkan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh target pasar, yang adalah kurangnya makanan sehat yang tersedia di lingkungan sekolah dan keterbatasan untuk menyiapkan bekal anak yang sehat. Maka dari itu, Maximeal menyediakan jasa katering makanan sehat anak yang diantar langsung ke sekolah.

Positioning statement Maximeal:

“Maximeal merupakan katering makanan sehat anak dengan menu *around the world* yang bergizi seimbang dengan harga terjangkau.”

Berikut merupakan *positioning map* untuk Maximeal yang disandingkan dengan kompetitor yang ada:



Gambar 5.3 *Positioning Map* Maximeal

5.2.4 Rencana Komunikasi Pemasaran

5.2.4.1 Infrastruktur Media

Media yang digunakan oleh Maximeal sebagai media komunikasi yang dapat menjangkau pasar adalah WhatsApp, Instagram, Facebook, dan *website*. Maximeal menggunakan WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai media komunikasi dari Maximeal didasari oleh perilaku dan kebiasaan dari konsumen Maximeal dan kepraktisan yang ditawarkan dari aplikasi tersebut. Maximeal menggunakan WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai media promosi yang lebih difokuskan untuk katering sekolah harian. Sedangkan *website* digunakan oleh Maximeal sebagai sumber informasi lengkap terkait Maximeal yang difokuskan untuk media promosi *event package*. Hal ini didukung oleh penggunaan keyword dari *website* Maximeal sendiri yaitu “katering acara

anak” dan perilaku dari konsumen Maximeal yang cenderung mencari catering acara melalui Google.

- WhatsApp

WhatsApp digunakan untuk menjalin komunikasi secara langsung dan personal kepada seluruh *customer* dari Maximeal. Di mana, melalui WhatsApp, *customer* dapat memberikan kritik dan saran, konfirmasi pembayaran, dan melakukan pemesanan. WhatsApp juga digunakan oleh Maximeal sebagai media layanan *customer service* dan konfirmasi pengiriman produk, di mana kelompok akan melakukan *upload* foto produk yang telah dikirimkan setiap harinya sebagai bentuk konfirmasi kepada *customer* bahwa produknya telah sampai ke tempat tujuan (Lampiran 26). Hal ini menjadi salah satu bentuk Maximeal untuk meningkatkan *trust* yang ada di *customer*. WhatsApp sangat mendukung kegiatan *marketing* dari Maximeal mengingat sebanyak 77,6% dari pengguna aktif internet menggunakan WhatsApp sebagai salah satu media komunikasi.

- Instagram

Maximeal menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosi dikarenakan pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai 89% dari pengguna aktif internet di Indonesia. Tiga puluh persen dari total pengguna aktif Instagram berada pada rentan usia 34 – 45 tahun. Rata-rata rentan usia tersebut sesuai dengan target pasar Maximeal yang menargetkan orang tua yang memiliki anak dengan usia 6 hingga 12 tahun. Instagram digunakan sebagai media *direct marketing* dari Maximeal yang di tujuan langsung kepada target pasar dari Maximeal, dimana seluruh *post* di instagram Maximeal menggunakan *hashtag* yang sesuai dengan target pasar dari Maximeal (lampiran 27). Selain itu, Maximeal juga menggunakan instagram sebagai media untuk melakukan interaksi dengan *followers* dari Maximeal dengan cara melakukan *post* interaktif, seperti *voting*, *games*, dan *fun fact* (lampiran 28).

- Facebook

Berdasarkan hasil dari riset kuantitatif, riset kualitatif, serta tes alfa yang dilakukan oleh Maximeal, ibu-ibu dengan rentan usia 28-45 tahun masih menjadi pengguna aktif Facebook. Facebook menjadi salah satu media promosi yang digunakan oleh Maximeal. Beberapa target sekolah menggunakan *Facebook page* secara aktif untuk mempublikasikan kegiatan sekolah. Orang tua murid juga tergabung dalam komunitas *Facebook page* sekolah tersebut. Hal ini menjadi salah satu peluang bagi Maximeal untuk mendapatkan kontak target pasar dan memudahkan Maximeal dalam melakukan *online direct selling* kepada target pasar.

- Website

Website menjadi salah satu sumber informasi paling lengkap dan telah terintegrasi dengan Facebook dan Instagram. Di *website* Maximeal terdapat testimonial, foto-foto produk, contoh menu dan penjelasan-penjelasan lainnya. Selain itu, di dalam *website* Maximeal juga terdapat beberapa artikel yang mengulas seputar kesehatan anak-anak dan makanan sehat. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan SEO dari *website* tersebut. Target pasar *website* Maximeal berbeda dari media sosial lainnya, di mana *website* Maximeal lebih ditujukan untuk orang-orang yang mencari catering untuk acara – acara tertentu seperti ulang tahun anak, acara sekolah, dan lain sebagainya, sedangkan media sosial lainnya akan lebih ditujukan untuk penjualan catering sehari-hari.

5.2.4.2 Rencana Promosi Produk dan Layanan

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran, kelompok mengadopsi teori *7P's Marketing Mix* dan *Promotion Mix*. Hal ini dilakukan agar kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Maximeal dapat menghasilkan kegiatan yang terarah dan tepat sasaran.

1. Promotion

Kelompok membagi tahap promosi menjadi dua, yaitu *online promotion* dan *offline promotion*.

- Online Promotion

Online promotion dilakukan dengan tujuan untuk meraup pasar yang lebih besar dan lebih luas. Dalam *online promotion* ini, kelompok menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, *Website*, dan WhatsApp. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan *Website* ditujukan untuk melakukan *one-to-many promotion*. Melalui kerja sama dengan *buzzer*, media sosial ditujukan untuk meningkatkan *brand awareness*. *Buzzer* yang dipilih harus memiliki target pasar yang sama dengan Maximeal, yaitu memiliki konten yang membahas mengenai ibu dan anak (lampiran 29). Standar tersebut diterapkan agar efek yang diberikan oleh *buzzer* dapat lebih terarah dan memberikan efek bagi Maximeal. Selain menggunakan *buzzer*, Maximeal juga mengelola instagram pribadi. Di dalam instagram pribadi tersebut, Maximeal melakukan berbagai macam *post* yang interaktif dan informatif mengenai Maximeal. Seperti informasi terkait menu yang digunakan setiap minggunya, *fun facts*, *games*, dan *voting*. Di dalam instagram ini, Maximeal juga menggunakan *hashtag* yang sama di setiap *post* agar dapat meningkatkan *brand awareness* Maximeal.

Selain menggunakan media sosial, Maximeal juga menggunakan WhatsApp sebagai jalur komunikasi utama Maximeal. Penggunaan WhatsApp tersebut sebagai media untuk melakukan *personal selling* kepada pelanggan dari Maximeal. WhatsApp juga merupakan media informasi utama terkait kegiatan yang dilakukan oleh Maximeal seperti *blast* menu, menerima kritik dan saran dari pelanggan, melayani *customer service*, dan menerima pesanan. WhatsApp juga merupakan salah satu bentuk dari *one-to-one promotion* yang dilakukan oleh

Maximeal. Dimana Maximeal melakukan *approaching* secara langsung kepada konsumen Maximeal untuk menawarkan produk dari Maximeal.

- Offline Promotion

Bentuk kegiatan promosi *offline* yang dilakukan Maximeal adalah pembagian brosur ke sekolah-sekolah dan tempat les yang menjadi target wilayah distribusi Maximeal. Kelompok membagikan brosur kepada orang tua secara langsung di sekolah-sekolah tertentu agar dapat melakukan interaksi langsung dengan calon *customer* dari Maximeal sendiri. Pembagian brosur ini sebagai salah satu usaha dalam meningkatkan *awareness* yang dimiliki oleh Maximeal di wilayah sasaran distribusi Maximeal. Pembagian brosur dilakukan secara berulang untuk mendapatkan pasar baru setiap bulannya.

2. Product

Maximeal merupakan sebuah jasa katering makanan sehat untuk anak-anak di wilayah Tangerang Selatan yang diantarkan langsung ke sekolah-sekolah. Maximeal menyediakan katering makanan sehat tanpa menggunakan MSG, tanpa menggunakan *frozen food*, dan tanpa menggunakan pewarna makanan. Maximeal memiliki tema menu *around the world* yang menyajikan menu dari negara yang berbeda setiap harinya. Hal ini dilakukan sebagai salah satu bentuk usaha memperlambat tingkat kebosanan pada anak-anak. Maximeal menyediakan 2 macam pilihan ukuran makanan yaitu porsi reguler dan porsi besar, serta menyediakan catering untuk acara anak-anak. Hal ini dilakukan karena Maximeal ingin melayani target pasar dengan lebih baik dengan cara melakukan *product development*.

3. Price

Harga yang ditetapkan oleh Maximeal adalah Rp 23.000 untuk porsi reguler dan Rp 25.000 untuk porsi besar. Pemilihan harga ini ditetapkan dengan menggunakan *penetration pricing*. Di mana, sebagai pendatang baru, Maximeal memberikan harga yang tidak terlalu tinggi

jika dibandingkan dengan kompetitor langsung Maximeal. Namun kedepannya, Maximeal akan menaikkan harga yang akan disesuaikan lagi dengan biaya yang dikeluarkan. *Pricing method* yang digunakan oleh Maximeal adalah *cost plus pricing*. *Cost plus pricing* memiliki arti untuk menetapkan *profit margin* yang diinginkan oleh produsen terhadap *cost* dari barang tersebut. Sehingga setelah menghitung jumlah *cost* pada setiap porsi Maximeal, kelompok menambahkan *profit margin* yang telah ditetapkan. Setelah menggunakan *penetration pricing* sebagai *pricing strategy* dan *cost plus pricing* sebagai *pricing method* dari Maximeal, Maximeal juga melakukan riset kepada target pasar dari Maximeal terkait harga yang telah ditetapkan. Hal ini dikarenakan target pasar dari Maximeal tergolong *price sensitive*.

4. Place

Maximeal mendistribusikan catering anak secara langsung ke sekolah-sekolah yang menjadi target sekolah Maximeal, sehingga konsumen Maximeal dapat menikmati secara langsung makanan yang tersedia pada saat di sekolah. Sekolah Ehipassiko, Penabur Gading Serpong, Paho, Stella Maris, dan St. John merupakan sekolah-sekolah yang ditargetkan untuk menjadi tempat distribusi catering Maximeal.

5. People

Dalam menjalankan Maximeal yang merupakan bisnis catering untuk anak-anak, keramahan merupakan salah satu sifat penting yang harus dimiliki oleh seorang *customer service* dalam menerima pemesanan dan keluhan dari *customer*. *Customer service* dalam bisnis ini merupakan salah satu sifat yang menentukan *brand image* yang ada di benak *customer* tersebut. Kesopanan, keramahan, dan *respons* yang cepat tanggap merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh *customer service*. Selain itu, *customer service* harus memiliki *product knowledge* dan kemampuan komunikasi yang baik.

6. Process

Customer service akan secara profesional memastikan proses pemesanan dan komunikasi antara *customer* dan Maximeal berjalan dengan lancar. Divisi pemasaran bertanggung jawab atas proses menyambut, menjawab pertanyaan, menjelaskan sistem operasional, memasukkan data pemesanan pada *database* operasi, hingga mengkonfirmasi pembayaran.

7. *Physical Evidence*

Physical Evidence yang difokuskan Maximeal untuk menunjang tingkat kredibilitas dari Maximeal di mata konsumen. Usaha yang kelompok lakukan untuk meningkatkan kredibilitas tersebut dengan memastikan *delivery man* yang selalu menggunakan pakaian rapi ketika akan melakukan pengantaran ke sekolah-sekolah yang telah ditargetkan. Selain itu, kelompok juga menggunakan motor dan *box* yang dalam kondisi bersih untuk pengantaran setiap harinya. Tim pemasaran yang melakukan pembagian brosur secara langsung ke sekolah-sekolah dan wilayah sekitarnya juga menggunakan pakaian rapi dan mengedepankan keramahan. Selain itu, dari sisi produk, kelompok menggunakan *bento box* dengan kualitas *food grade* yang tahan panas. Maximeal juga menggunakan *sleeve* dengan bahan kertas *art paper* agar terlihat berkualitas. Brosur yang kelompok bagikan juga di cetak menggunakan *art paper* agar terlihat lebih *premium*.

Selain menggunakan *7Ps Marketing Mix*, kelompok juga menggunakan *Promotion Mix* sebagai landasan dalam kegiatan promosi Maximeal. Dalam bisnis catering Maximeal sekarang ini, Maximeal tidak menggunakan *advertising* dikarenakan Maximeal masih berfokus pada *niche market*, sehingga *advertising* terlalu luas untuk Maximeal yang masih merupakan pendatang baru. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa Maximeal akan menggunakan media *advertising* sebagai salah satu kegiatan promosinya di kemudian hari.

1. *Public Relation*

Upaya *public relation* yang dilakukan oleh Maximeal adalah dengan melakukan kerja sama dengan *customer* Maximeal yang telah merasa sangat terbantu dengan layanan Maximeal dalam mengurangi tingkat kesibukannya. Kelompok menggunakan kepuasan yang didapatkan setelah berlangganan Maximeal sebagai salah satu testimoni kepada calon *customer*. Selain itu kelompok juga melakukan pendekatan dengan ketua organisasi ibu-ibu yang ada di sekolah tersebut untuk dapat memberikan testimoni terkait pelayanan dan produk yang diberikan oleh Maximeal. Testimoni tersebut yang nantinya akan menjadi *word of mouth* berupa referensi yang cukup kuat sebagai alasan anggota lain untuk menjadi *customer* dari Maximeal. Maximeal menggunakan *influence power* yang dimiliki oleh ketua organisasi tersebut sebagai salah satu media promosi yang berbasis referensi.

2. *Direct Marketing*

Direct marketing dari Maximeal berfokus pada brosur, *website*, dan *mobile marketing*.

Maximeal melakukan penyebaran brosur secara langsung kepada ibu-ibu di sekolah yang menjadi target pasar dari Maximeal. Penyebaran brosur dilakukan secara berkala agar dapat membekas di benak konsumen. *Online direct marketing* juga dilakukan oleh Maximeal melalui aplikasi WhatsApp, di mana setiap minggunya Maximeal akan melakukan *blast* menu kepada seluruh *customer* terkait produk Maximeal setiap minggunya. Selain itu, Maximeal juga melakukan *direct marketing* melalui media sosial dengan cara mengunggah penawaran jasa yang diberikan secara berkala dan menggunakan *hashtag* yang sesuai dengan target pasar dari Maximeal pada setiap unggahan Maximeal. Selain itu, kelompok juga menggunakan *buzzer* yang menyebarkan konten penjelasan produk Maximeal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Konten media sosial Maximeal berupa *games*, *fun fact*, dan *voting* yang

merupakan konten interaktif yang dapat meningkatkan *awareness* dari *brand* Maximeal. *Website* Maximeal difokuskan untuk menjadi sumber informasi produk terlengkap dengan konten yang membahas secara keseluruhan mengenai produk dan kegiatan Maximeal.

3. *Personal Selling*

Personal selling yang dilakukan oleh Maximeal menggunakan media aplikasi WhatsApp. Di mana setiap minggunya Maximeal akan mengirimkan menu per minggu dan konfirmasi kelanjutan penggunaan jasa catering Maximeal. *Personal selling* sangat berdampak bagi tingkat *sales* dari Maximeal dikarenakan *behaviour* dari *customer* Maximeal sendiri yang mayoritas tidak pro-aktif dalam melakukan pemesanan. Selain itu, kegiatan promosi Maximeal lebih mengarah pada *market penetration*, sehingga Maximeal harus lebih pro-aktif dalam melakukan *approaching* kepada calon *customer*.

4. *Sales Promotion*

Sales promotion yang dilakukan Maximeal berupa *referral program*. Di mana seorang *customer* yang mengajak 2 orang untuk berlangganan Maximeal selama seminggu, maka akan mendapatkan *free* 1 kali makan porsi reguler. *Customer* Maximeal sangat antusias dalam mendapatkan promosi tersebut karena *reward* yang diberikan cukup signifikan. Selain itu Maximeal juga memberikan diskon sebesar 50% kepada seluruh *customer* Maximeal yang mengunggah poster Maximeal di akun media sosialnya.

5.2.4.3 Rencana Distribusi

Wilayah distribusi yang dipilih oleh Maximeal akan berfokus pada wilayah Tangerang Selatan, yaitu BSD City, Gading Serpong, dan Alam Sutera. Dasar dari pemilihan lokasi ini adalah jarak dan waktu tempuh yang dibutuhkan oleh kurir dari Maximeal. Pengantaran dilakukan oleh kurir dari Maximeal dengan menggunakan motor. Alasan pemilihan motor sebagai media pengantaran dikarenakan kecepatan pengantaran

dan penggunaan bahan bakar yang lebih hemat dibandingkan dengan mobil maupun sepeda. Untuk menjamin keberhasilan pengantaran, setiap harinya Maximeal selalu memberikan buku panduan terkait rekapitulasi pesanan pada hari tersebut kepada kurir untuk menjadi acuan pengantaran dalam proses pengantaran, kelompok juga selalu memastikan kurir untuk bersikap profesional dan mengenakan baju yang sopan dan rapi. Selain itu, Maximeal juga selalu meminta foto hasil pengantaran yang dilakukan oleh kurir tersebut di lokasi tujuan untuk lebih memastikan keberhasilan pengantaran.

5.2.4.4 Rencana Pengelolaan Konsumen Loyal

Untuk mempertahankan konsumen loyal, Maximeal memberikan komunikasi 2 arah melalui WhatsApp yang dikelola langsung oleh manajer pemasaran di mana seluruh kritik dan saran terkait kualitas dari Maximeal akan langsung disampaikan kepada manajer operasional untuk dilakukan kontrol ulang dan antisipasi agar tidak terulang kembali pada masa yang akan datang. Maximeal juga selalu mengedepankan kesopanan, keramahan, dan cepat tanggap dalam melayani konsumen Maximeal. Maximeal juga selalu mengedepankan empati dan simpati terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen Maximeal yang terkait dengan pola makan dan nafsu makan.

Selain itu, kelompok juga meningkatkan *customer engagement* dengan pemberian surat kepada konsumen Maximeal jika Maximeal mendapatkan laporan dari orang tua bahwa makanan yang dikonsumsi tidak habis. Selain itu, Maximeal selalu berusaha untuk membuatkan menu makanan yang menjadi menu favorit dari konsumen Maximeal secara bergantian yang disesuaikan dengan list menu dan bahan baku yang dimiliki oleh Maximeal. Maximeal juga berusaha memenuhi *request*

yang diminta oleh *customer* namun tetap mempertimbangkan tingkat kesulitan dari permintaan tersebut.

Maximeal juga memberikan program *discount* kepada seluruh *customer* Maximeal yang telah berlangganan selama 22 kali makan, yaitu berupa gratis 1 kali makan.

Untuk meningkatkan *trust* dari konsumen Maximeal, Maximeal menyediakan video *quality assurance* setiap produk yang di produksi oleh Maximeal dan juga memberikan foto bukti catering Maximeal telah diantarkan ke tujuan dalam kondisi yang baik. Video *quality assurance* yang diberikan oleh Maximeal berupa rekaman dari proses setiap porsi makanan Maximeal saat melakukan packaging dan penyekatan *sleeve* yang sudah dibubuhi nama konsumen dari Maximeal. Maximeal melakukan perekaman video tersebut setiap hari dan melakukan rekaman pada setiap porsi catering Maximeal.

5.2.4.5 Matriks Komunikasi Pemasaran Terpadu

Berikut merupakan rancangan perencanaan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu :

Tabel 5.3 Matrix Komunikasi Terpadu Maximeal

No	Aktivitas	Interval	Timeline		Klasifikasi
1.	<i>Buzzer online</i>	/minggu	Maret 2018	Februari 2019	<i>many - to many</i>
2.	Penyebaran brosur	/minggu	Maret 2018	Februari 2019	<i>one - to - many</i>
3.	Penyebaran proposal kerja sama dengan sekolah	/2 minggu	Maret 2018	Februari 2019	<i>one - to - many</i>

4.	<i>Endorsement</i>	/bulan	Maret 2018	Februari 2019	<i>one - to - many</i>
5.	<i>Online personal approach</i>	/minggu	Maret 2018	Februari 2019	<i>one - to - one</i>
6.	Evaluasi produk Maximeal	/2 minggu	Maret 2018	Februari 2019	<i>one - to - one</i>

5.2.5 Rencana Penetapan Harga

Dalam melakukan penetapan harga, Maximeal menggunakan *penetration pricing*. Maximeal sebagai pendatang baru menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan kompetitor langsung dari catering Maximeal. Namun, di kemudian hari tidak menutup kemungkinan bahwa Maximeal akan menaikkan harga seiring dengan meningkatnya harga bahan baku yang terdapat di pasaran. Untuk *pricing methods*, Maximeal menggunakan metode *cost plus pricing*. Di mana *cost plus pricing* adalah penetapan harga jual produk dengan cara menambahkan total biaya produksi dengan margin laba yang ingin dicapai. Penetapan margin laba yang ingin dicapai oleh Maximeal adalah 52% dari total biaya yang dikeluarkan oleh Maximeal per porsi sehingga harga yang ditetapkan adalah sebesar Rp 23.000 untuk *regular portion* dan Rp 25.000 untuk *bigger portion* dan *event packages*. Penetapan harga ini juga dilakukan setelah riset kuantitatif, riset kualitatif, dan tes alfa yang menunjukkan bahwa *customer* dari Maximeal merupakan *price sensitive*.

5.2.6 Target Penjualan

Berikut merupakan target penjualan dari Maximeal selama satu tahun ke depan :

Tabel 5.4 Target Penjualan Maximeal

*tabel dalam unit satuan paket

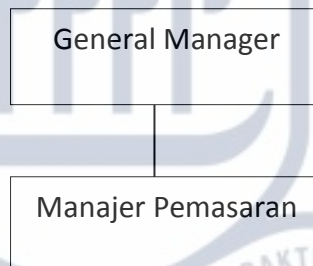
	Mar 18	Apr 18	Mei 18	Jun 18	Jul 18	Ags 18	Sept 18	Okt 18	Nov 18	Des 18	Jan 19	Feb 19
Jumlah hari sekolah	21	20	16	11	14	22	20	22	22	16	22	20
Target / hari	30	35	40	40	55	55	60	65	65	65	75	75
Total	630	700	640	440	770	1320	1200	1430	1430	1040	1650	1500
Realisasi	814	683	746	285								

Adanya peningkatan dan penurunan target penjualan tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti jumlah hari libur sekolah dan periode ujian sekolah. Tertera pada tabel diatas, pada bulan Maret dan Mei, Maximeal mampu melampaui target penjualan dari Maximeal, namun pada bulan April dan Juni tidak memenuhi target penjualan. Hal tersebut dikarenakan Maximeal tidak memasukan penjualan event kedalam target penjualan dari Maximeal, namun pada realisasinya, Maximeal mendapatkan kesempatan untuk menyediakan catering untuk event personal. Hal ini menjadi alasan mengapa Maximeal mampu melampaui target penjualan tersebut.

5.2.7 Organisasi Tim Pemasaran

5.2.7.1 Struktur Tim Pemasaran

Tim pemasaran yang ada di Maximeal masih beranggotakan 1 orang yaitu manajer pemasaran. Manajer pemasaran melakukan perencanaan terhadap seluruh kegiatan pemasaran dan *customer relation* dari Maximeal yang disetujui oleh *general manager*. Eksekusi dari perencanaan kegiatan pemasaran yang tidak mampu dilakukan sendiri oleh manajer pemasaran dan *general manager* akan didelegasikan kepada seluruh anggota Maximeal, seperti penyebaran brosur secara *online* maupun *offline*, melakukan penyebaran proposal, dan desain brosur. Hingga saat ini, seluruh pekerjaan terkait pemasaran yang akan dilakukan oleh Maximeal, masih dikerjakan sendiri oleh manajer pemasaran. Sehingga berikut merupakan struktur organisasi tim pemasaran.



5.2.7.2 Kebijakan Pengelolaan Tenaga Penjual

Tenaga penjual yang dimiliki oleh Maximeal seluruhnya masih berasal dari anggota kelompok Maximeal, di mana *sales* merupakan salah satu tanggung jawab dari *marketing officer*. *Marketing officer* akan menerima upah berupa *dividend* dan saham kepemilikan dari Maximeal. Jika selanjutnya Maximeal merekrut tenaga pemasaran yang akan melakukan penyebaran brosur dan proposal secara berkala, serta

menjadi *sales admin*. Maximeal akan memberikan upah pokok dan bonus berupa komisi jika *salesperson* tersebut mencapai target penjualan yang diberikan. Upah pokok yang akan diterima oleh karyawan tersebut adalah Rp 500.000 dengan sistem bonus Rp 100.000 tiap bulannya jika dapat melampaui batas minimum pemesanan yang telah ditentukan sebelumnya, dengan minimum 10 tambahan porsi.

5.2.8 Rencana Anggaran Pemasaran

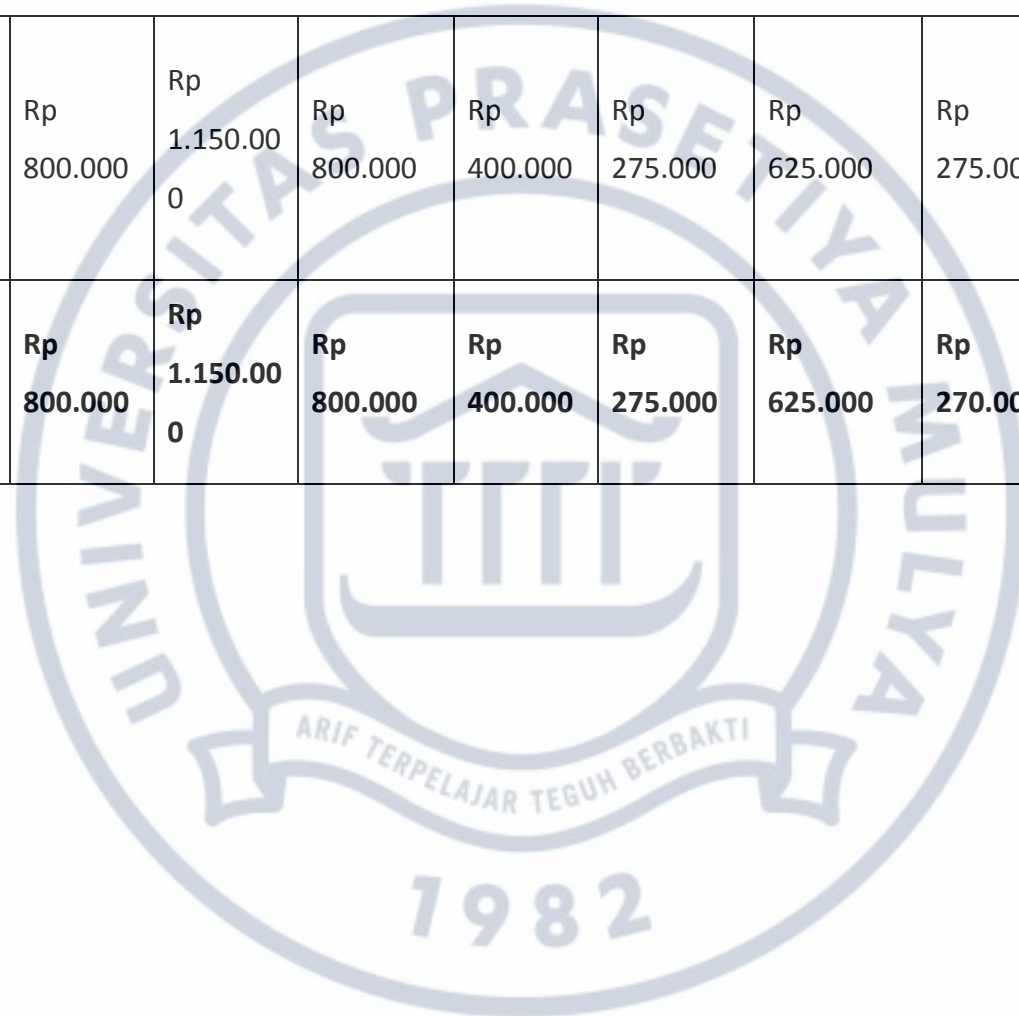
Berikut merupakan anggaran divisi pemasaran Maximeal:

Rencana anggaran Maximeal didasari oleh kegiatan promosi yang akan dilakukan Maximeal, seperti penyebaran brosur ke sekolah-sekolah, penyebaran proposal kerjasama Maximeal, *buzzer*, dan promo. Anggaran Maximeal terlihat fluktuatif pada bulan-bulan tertentu dikarenakan kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak berada pada satu kurun waktu yang sama, hal ini didasari pada kegiatan musiman yang terdapat di sekolah. Seperti pada bulan Juli yang mengalami penurunan *budget*, hal ini dikarenakan sekolah sedang berada pada masa liburan, sehingga Maximeal hanya akan melakukan kegiatan promosi melalui Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Website. Pada bulan berikutnya, *budget* dari divisi pemasaran meningkat karena Maximeal memanfaatkan kurun waktu tertentu seperti pembagian rapor, *bazaar* sekolah, dan *open house* sekolah untuk melakukan kegiatan promosi secara serentak di sekolah-sekolah yang menjadi target dari Maximeal.

Tabel 5.5 Anggaran Pemasaran

	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Okt	Nov	Des
Promo	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 100.000	Rp 75.000	Rp 75.000	Rp 75.000	Rp 75.000	Rp 75.000	Rp 75.000
Food Sample	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 100.000	-	-	-	-	-	Rp 50.000
Brosur	-	-	-	Rp 350.000	-	-	-	Rp 350.000	-	-	-	Rp 350.000
Proposal	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Commu nication expense	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000

Total	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 800.000	Rp 1.150.000	Rp 800.000	Rp 400.000	Rp 275.000	Rp 625.000	Rp 275.000	Rp 275.000	Rp 275.000	Rp 625.000
Grand Total / Month	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 800.000	Rp 1.150.000	Rp 800.000	Rp 400.000	Rp 275.000	Rp 625.000	Rp 270.000	Rp 270.000	Rp 270.000	Rp 675.000



5.3 Rencana Operasi

5.3.1 Tujuan dan Sasaran Operasi

Selaras dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan, tujuan dan sasaran operasi berikut ini disusun untuk memberikan arahan yang jelas bagi kegiatan operasional Maximeal 1 tahun ke depan dan mengukur tingkat keberhasilan dari tujuan yang telah kelompok tetapkan. Berikut ini merupakan tujuan dan sasaran operasi Maximeal 1 tahun ke depan:

Tabel 5.6 Tujuan dan Sasaran Operasi

No	Tujuan	Sasaran	Batasan Waktu	
1	Menjalankan kegiatan produksi secara efektif dan efisien dengan mengatur strategi produksi dan menjalankan <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) yang telah ditetapkan	Ditargetkan mampu meningkatkan kapasitas produksi sebesar 100%	Maret 2018	Februari 2019
		Ditargetkan mampu meminimalkan biaya produksi sebesar 5%	Maret 2018	Februari 2019
		Ditargetkan dapat mengoperasikan kegiatan produksi sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan dengan menjaga tingkat kecacatan maksimal 5% dari total jumlah produksi setiap harinya.	Maret 2018	Februari 2019

Menyesuaikan dengan strategi bersaing Maximeal untuk melakukan *market penetration* dan *product development*, kelompok akan mempersiapkan penambahan kapasitas produksi, melakukan pengembangan produk dengan menawarkan *bigger portion*, serta terus menambah variasi menu-menu yang akan kelompok tawarkan setiap

minggunya. Variasi menu baru akan diluncurkan setiap 2 minggu, setelah melalui proses *recipe testing* (Data dapat dilihat pada lampiran 32). *Operation Manager* akan melakukan penyesuaian terhadap menu tertentu dikarenakan terdapat berbagai makanan khas luar negeri yang memiliki cita rasa yang sangat kuat sehingga akan kurang cocok untuk disajikan kepada anak-anak. Penyesuaian ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan menu baru Maximeal dapat diterima serta sesuai dengan lidah anak-anak Indonesia.

Penetapan angka sasaran kenaikan kapasitas produksi sebesar 100% setiap tahunnya didasari oleh penyesuaian dengan target penjualan yang telah disusun oleh divisi pemasaran dan permintaan konsumen. Sasaran ini dapat dicapai dengan menerapkan sistem SOP, melakukan penyesuaian jam kerja karyawan, menambah peralatan produksi serta jumlah *operational staff*. Penerapan sistem SOP secara disiplin kelompok yakini dapat meningkatkan kapasitas produksi karena dapat meminimalisir jumlah *rework* dan kelalaian oleh *staff* yang pada umumnya dapat memakan waktu lebih untuk menyelesaikan proses produksi. Dengan efisiensi waktu yang ada, akan semakin banyak jumlah produk yang dapat kelompok hasilkan. Sejauh ini kelompok dapat memproduksi 40 porsi dalam waktu 3 jam 30 menit, dengan jumlah pekerja 3 orang yang terdiri dari seorang *operational manager* dan 2 orang *operational staffs*. Penambahan waktu jam kerja sebesar 25% (52.5 menit) akan dapat menambah kapasitas produksi sebesar 25% (10 porsi). Penambahan peralatan produksi berupa kompor, wajan dengan ukuran lebih besar serta peralatan pendukung lainnya juga turut dapat meningkatkan kapasitas produksi. Penambahan peralatan produksi tentunya akan dapat berjalan lebih efektif apabila diiringi dengan penambahan jumlah karyawan untuk mengoperasikan kompor tambahan tersebut.

Taktik yang akan dilakukan kelompok untuk meminimalkan biaya produksi sebesar 5% dalam 1 tahun pertama adalah dengan mencari pemasok bahan baku yang berkualitas baik dengan harga yang rendah (lampiran 8), menerapkan *economies of scale*, meminimalkan pemborosan (*waste*) bahan baku dan memelihara peralatan produksi. Penurunan biaya produksi ini tentunya akan dilakukan dengan tetap memperhatikan dan menjaga kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Kerjasama dengan pemasok berkualitas tentu akan membawa keuntungan bagi Maximeal karena kelompok akan memperoleh harga khusus untuk langganan. Selain itu, seiring berjalannya waktu, *operational manager* akan terus mengasah kemampuannya dalam bernegosiasi sehingga pada akhirnya kelompok dapat memperoleh potongan harga tambahan dari harga khusus yang telah ditetapkan sebelumnya. Keuntungan ini tentunya tidak akan dapat kelompok peroleh apabila kelompok tidak membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan para pemasok. Input yang dapat dibeli dalam jumlah besar untuk menurunkan biaya produksi per unit antara lain adalah ayam, *supplies* (garam, tepung, minyak, dll) serta *packaging*, *sleeve*, dan lain lain yang mampu bertahan lama apabila disimpan sesuai dengan prosedur. Pengimplementasian *periodic model* serta kedisiplinan dalam mengimplementasikan SOP dan pelaksanaan proses produksi sesuai dengan *standardized recipe* memegang peranan penting dalam meminimalisir pemborosan bahan baku produksi. Dengan adanya *periodic system*, kelompok hanya akan melakukan pemesanan bahan baku sebanyak 2 kali dalam seminggu, sesuai dengan hasil rekapan dengan tambahan *safety stock* sebesar 5%. Dengan begitu, kemungkinan adanya bahan baku yang tidak terpakai dan rusak karena lamanya penyimpanan akan dapat diminimalisir. Untuk dapat mengoperasikan kegiatan produksi sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan dengan menjaga tingkat kecacatan maksimal 5% dari total jumlah produksi setiap

harinya, kelompok berkomitmen untuk menanamkan kedisiplinan pada setiap karyawan agar bekerja sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan..

5.3.2 Pengendalian Proses Produksi

5.3.2.1 Proses Produksi dan Penyediaan Layanan

Untuk mempermudah diperolehnya gambaran yang jelas mengenai alur proses produksi secara keseluruhan, berikut ini merupakan diagram SIPOC Maximeal:

Tabel 5.7 Diagram SIPOC Maximeal

<i>SUPPLIER</i>	<i>INPUT</i>	<i>PROCESS</i>	<i>OUTPUT</i>	<i>CUSTOMER</i>
Divisi pemasaran	<i>Customer orders</i>	Memperoleh dan melakukan rekap terhadap pesanan ↓ Melakukan	Hasil rekap pesanan (Google Drive)	Divisi operasional
Pemasok bahan baku makanan	Bahan baku makanan segar dan berkualitas	pembelian bahan baku sesuai dengan jumlah pesanan ↓	Produk katering sehat anak Maximeal (<i>Finished goods</i>)	Orang tua siswa Sekolah Dasar di daerah Tangerang Selatan
Percetakan	<i>Sleeve, sticker & sticker book</i>	Quality control terhadap bahan baku ↓		
Pemasok <i>packaging, sendok, plastik, & tissue</i>	<i>Packaging bento, sendok, garpu plastik, & tissue</i>	<i>Preparation (h-1)</i> ↓		Orang tua atau instansi di daerah Jakarta dan
Pemasok gas dan	Gas dan air mineral	Quality control terhadap bahan baku & alat masak		

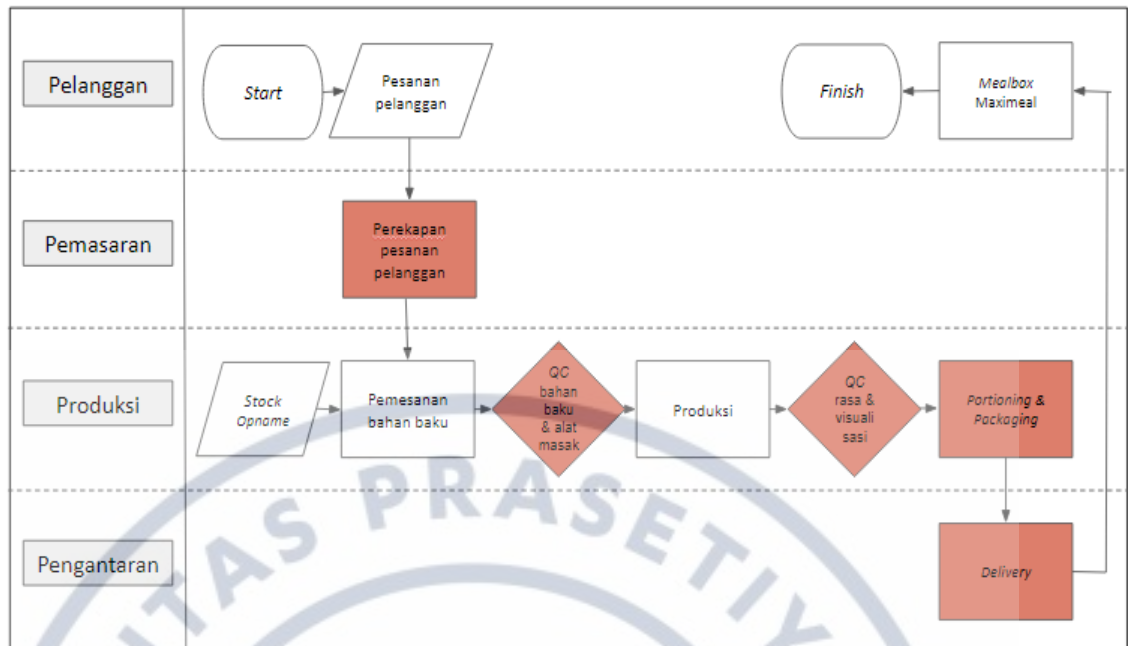
galon air mineral untuk kebutuhan memasak		↓ Melakukan proses memasak ↓ Quality control dari segi rasa & visualisasi ↓ Portioning ↓ Melengkapi <i>meal box</i> dengan <i>sleeve, sticker, sticker book</i> dan sendok plastik ↓ Mengantarkan <i>meal box</i> kepada konsumen		Tangerang.
Pemasok peralatan dan perlengkapan memasak	Peralatan dan perlengkapan masak			

Proses yang paling kritis pada kegiatan produksi Maximeal terletak pada proses kontrol kualitas dari segi rasa, visual, kesegaran bahan baku dan ke higienisan alat masak. Hal ini dikarenakan ketidaktelitian dan kesalahan yang terjadi pada beberapa proses tersebut, akan berpengaruh buruk terhadap kualitas produk maupun layanan yang diberikan kepada pelanggan. Pengimplementasian SOP yang telah disusun secara disiplin merupakan kebijakan kelompok untuk mengantisipasi kemungkinan buruk yang dapat terjadi. Selain titik kritis pada proses kontrol kualitas, titik kritis lainnya dalam proses produksi Maximeal terdapat pada bagian pembuatan rekap jumlah pesanan setelah menerima data dari Divisi Pemasaran. Bagian

ini kelompok nilai sangat krusial karena apabila terjadi kelalaian dalam pencatatan akan berdampak pada hilangnya penjualan, kekecewaan pelanggan, dan pemborosan bahan baku. Kebijakan Maximeal untuk mengantisipasi kesalahan dalam proses ini adalah dengan melakukan pengecekan ulang setelah selesai membuat rekapan pesanan. Selain itu, proses *portioning* juga memerlukan perhatian khusus terkait kehygienisan makanan yang disajikan. Berbagai kemungkinan buruk yang mungkin terjadi telah kelompok antisipasi dengan pembuatan video untuk *quality assurance*. Titik krusial yang terakhir terletak pada proses pengantaran *meal box* kepada konsumen, di mana banyak *detail* terkait lokasi pengantaran dan permintaan khusus pelanggan yang harus mendapatkan perhatian khusus Maximeal untuk memastikan *meal box* diantarkan ke tempat yang sudah ditentukan. Kebijakan yang kelompok susun untuk mengendalikan titik kritis ini adalah dengan membuat catatan khusus untuk *delivery man* dan pengambilan foto setiap pengantaran *meal box* ke sekolah, yang dapat kelompok jadikan bukti bahwa pesanan sudah diantarkan ke tempat yang telah ditentukan.

Selain beberapa proses kritikal diatas, proses lain yang juga turut berperan penting dalam keseluruhan proses produksi adalah proses pembelian bahan baku, memasak dan packaging. Proses pembelian bahan baku, kelompok sesuaikan dengan hasil rekapan pesanan yang ada dan dilakukan 2 kali tiap minggunya untuk memastikan kesegaran kondisi bahan baku. Setelah melakukan perhitungan berapa banyak bahan baku yang diperlukan dan melakukan pemesanan, pemasok akan mengirimkan pesanan ke rumah produksi. Pembayaran kepada pemasok baru akan dilakukan apabila semua pesanan telah lulus quality control sesuai dengan SOP yang telah disusun. Sesuai dengan gantt chart yang telah dibuat, proses preparation Maximeal terdiri dari pencucian beras, pemotongan

bawang, pemotongan sayur dan pemotongan buah. Untuk daging pada umumnya akan dipersiapkan dari h-1 karena diperlukannya proses marinasi untuk menciptakan masakan dengan rasa yang lebih enak. Untuk selalu menjaga kesegaran bahan baku, beberapa jenis sayur yang mudah berair seperti tomat, tidak akan dipersiapkan h-1. Namun bahan baku lainnya akan dipersiapkan h-1 untuk mempersingkat keseluruhan waktu yang diperlukan untuk melakukan produksi pada hari H. Proses memasak dalam Maximeal terdiri atas 3 bagian yaitu proses memasak nasi, sayur, dan daging. Ketiga proses ini akan dilakukan secara beriringan dimana proses memasak nasi akan menggunakan 2 rice cooker, proses memasak sayur dan daging masing-masing pada wajan yang akan diletakkan bersebelahan diatas kompor. Setelah proses portioning selesai dan sebelum dilakukannya proses pengemasan, operational manager akan melakukan kontrol visual dan pembuatan video quality inspection dimana makanan yang ada masing-masing akan disorot dari jarak dekat untuk memperlihatkan bahwa kondisinya baik dan bersih dari serangga dan hal-hal lain yang tidak diinginkan. Setelah itu, makanan akan ditutup, diselimuti dengan sleeve dan dilengkapi dengan sticker, sticker book, serta plastik berisi sendok dan tissue.



Gambar 5.4. Layout Proses Produksi Maximeal

Lokasi rumah produksi Maximeal adalah di Cluster Primavera, BSD City. Alasan kelompok memilih lokasi tersebut adalah karena lokasi yang strategis dan sudah tersedianya rumah tersebut untuk dapat kelompok jadikan rumah produksi Maximeal dengan menyewa dapurnya. Tersedianya dapur untuk produksi ini merupakan salah satu *key resource* yang sejak awal mendukung keputusan kelompok untuk membentuk Maximeal.

5.3.2.2 Kebutuhan Aset Produksi / Penyediaan Layanan

Berikut ini merupakan kebutuhan aset kegiatan operasi Maximeal:

Tabel 5.8 Kebutuhan Aset Kegiatan Operasi Maximeal

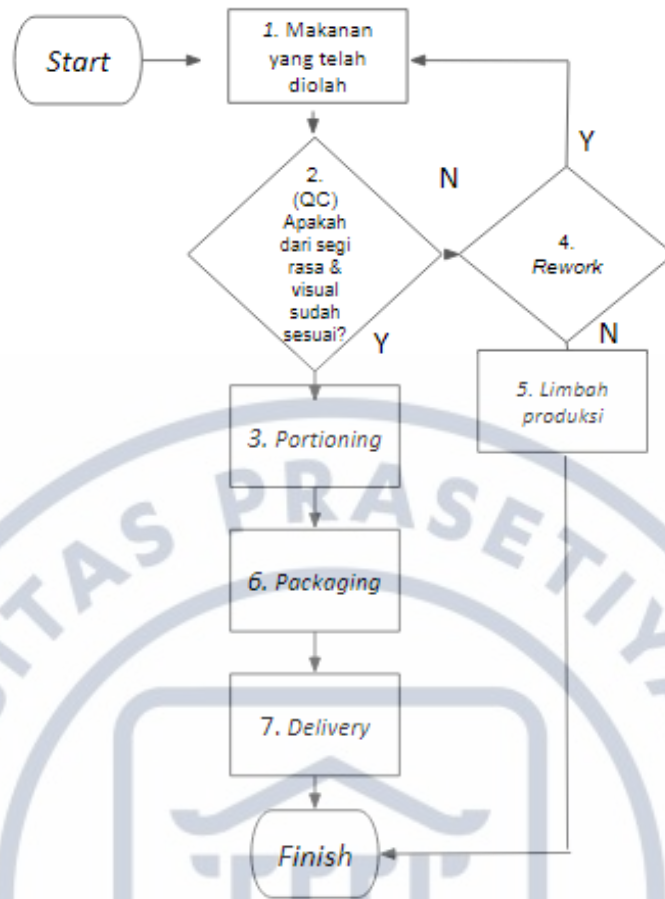
No	Nama Aset	Kegunaan
1	Kulkas & freezer	Tempat penyimpanan bahan baku mentah (sayur, daging, buah, dan lain lain) agar bahan baku dapat bertahan lama dan selalu dalam kondisi segar serta berkualitas baik.

2	Kompore & regulator	Alat masak yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan produksi dan dapat mendukung peningkatan kapasitas produksi
3	Meja <i>plating</i>	Memudahkan proses <i>portioning, packaging, dan pembuatan video quality assurance.</i>

5.3.3 Pengendalian Standar Kualitas Produk / Layanan

5.3.3.1 Standar Kualitas

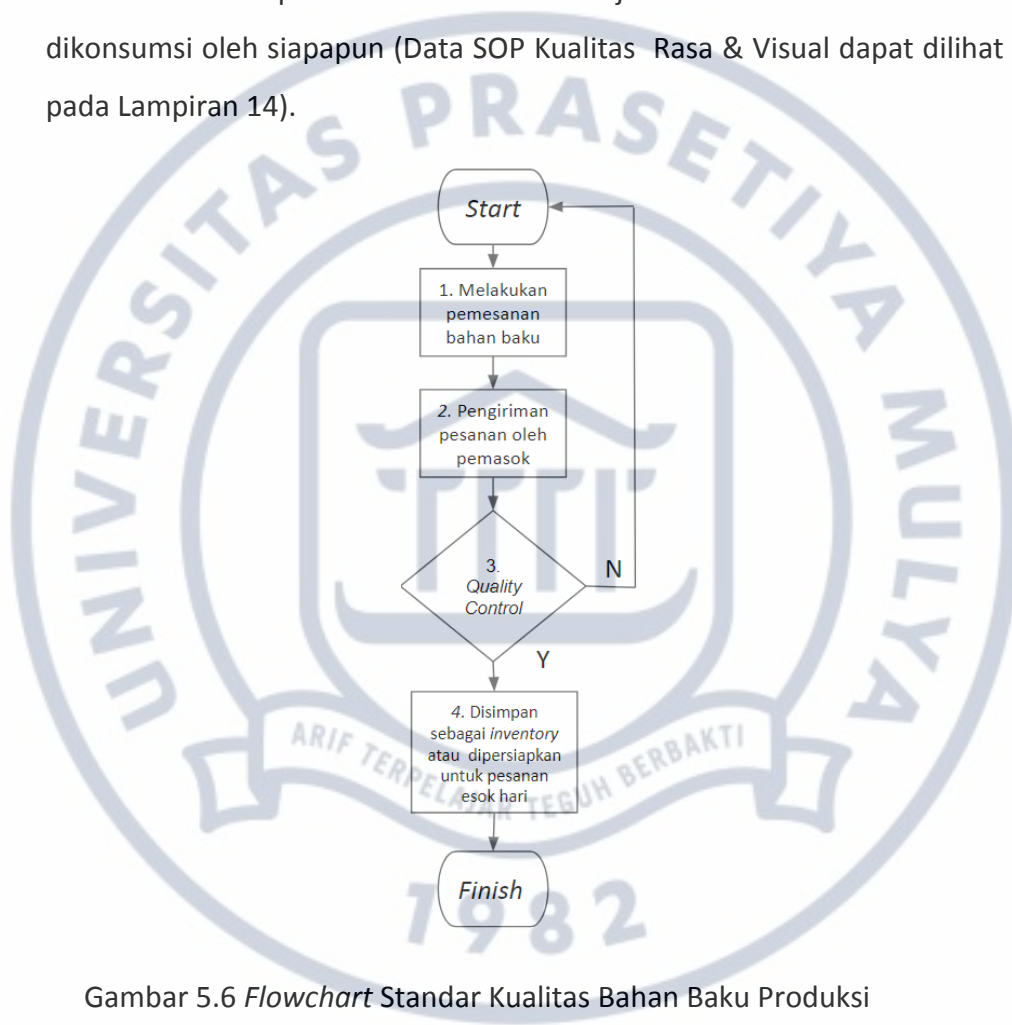
Kualitas produk merupakan hal penting yang menjadi salah satu fokus perhatian Maximeal. Perwujudan komitmen Maximeal untuk mengendalikan standar kualitas produk adalah dengan melakukan pembuatan resep tiap menu secara rinci dalam sebuah buku khusus. Resep ini bermanfaat sebagai pedoman untuk memastikan konsistensi kualitas setiap produk Maximeal dan meminimalisir risiko buruk yang mungkin terjadi. Selain resep, peran peralatan pendukung seperti gelas takar, sendok ukur, dan timbangan juga turut signifikan untuk membantu pengimplementasian prosedur yang telah ditetapkan dan tercapainya kinerja yang baik. *Quality control* juga akan kembali dilakukan setelah makanan matang untuk memastikan makanan tersebut siap dan layak untuk dikonsumsi oleh konsumen. Penyesuaian rasa dan proses memasak dapat dilakukan kembali apabila rasa dan visual produk tidak layak untuk disajikan kepada konsumen. Untuk mempermudah visualisasi, berikut ini merupakan *flowchart* beberapa proses penting dalam kegiatan operasi:



Gambar 5.5 Flowchart Standar Kualitas dari Segi Rasa & Visual

Alur pengendalian standar kualitas dari segi rasa dan visual dimulai dari *input* berupa makanan yang telah diolah. *Quality control* dilakukan dengan pencicipan rasa oleh *operational manager* untuk mengetahui apakah rasa makanan sudah sesuai dengan *standardized recipe*. Selain itu, kontrol visual juga akan dilakukan oleh *operational manager* untuk memastikan visualisasi makanan sudah sesuai dengan resep yang telah dibuat dan layak untuk disajikan kepada konsumen. Apabila dari segi rasa dan visual sudah sesuai, makanan siap untuk didistribusikan sesuai dengan standar porsi yang telah ditetapkan dengan bantuan sendok takar dan peralatan pendukung lainnya. Setelah makanan masuk ke dalam kemasan, akan dilakukan pembuatan video *quality inspection* oleh *operational manager*, yang akan diikuti oleh proses pemberian sleeve yang sudah berisi nama, disertai dengan *sticker*,

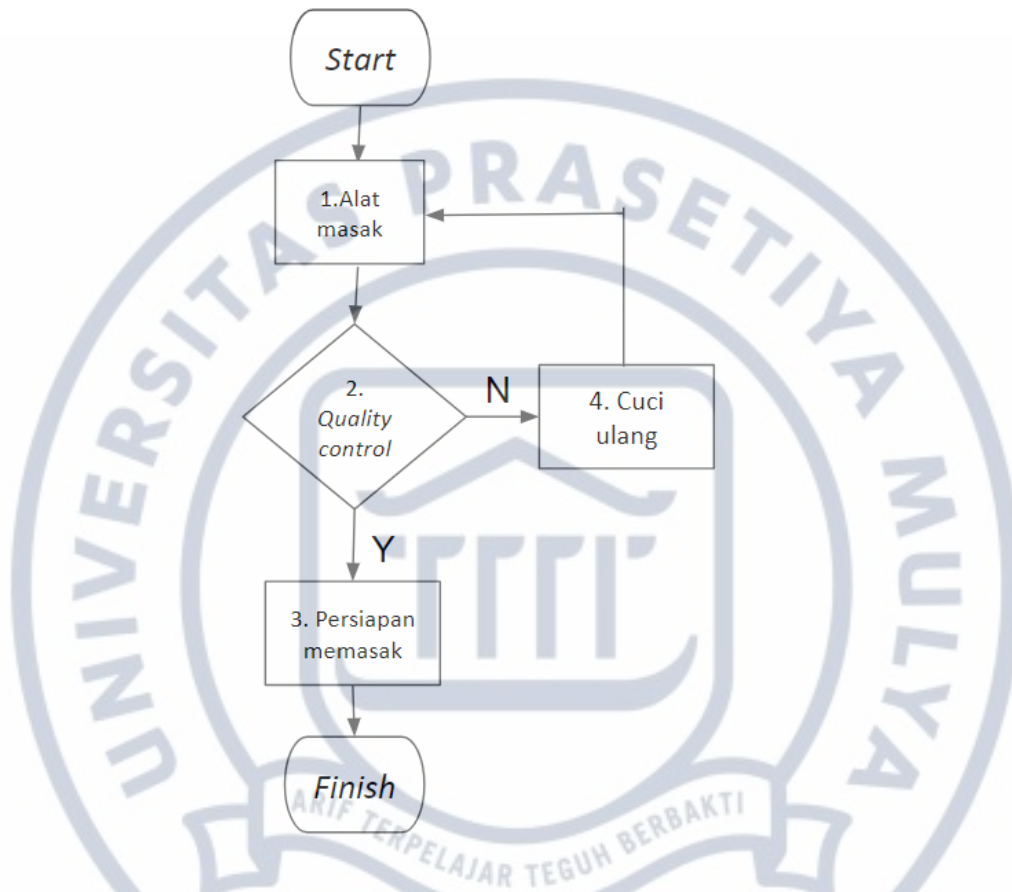
tissue, dan sendok. Namun, apabila rasa dan visual makanan tidak sesuai dengan resep, akan dilakukan *rework* berupa penambahan bumbu atau pemrosesan ulang dan akan melalui tahapan kontrol rasa kembali. Makanan yang sudah lulus uji pada tahap kontrol rasa dan visual, siap untuk diproses hingga proses pengantaran oleh *delivery man* kepada konsumen. Sedangkan, makanan yang sudah melewati proses *rework* namun tidak dapat berubah akan menjadi *waste* dan tidak akan dikonsumsi oleh siapapun (Data SOP Kualitas Rasa & Visual dapat dilihat pada Lampiran 14).



Gambar 5.6 Flowchart Standar Kualitas Bahan Baku Produksi

Alur pengendalian standar kualitas bahan baku produksi dimulai dari proses pemesanan bahan baku kepada pemasok yang akan dikirim pada waktu yang telah disepakati. Setelah pesanan sampai di rumah produksi, staf operasional akan melakukan kontrol visual terhadap kualitas bahan baku. Apabila bahan baku berkualitas baik maka langsung dapat disimpan sebagai persediaan dan dipersiapkan untuk memenuhi

kebutuhan produksi keesokan harinya. Namun apabila bahan baku tidak lulus *quality control* maka akan dilakukan pemesanan kembali kepada pemasok agar dapat segera dikirimkan kembali bahan baku baru yang berkualitas baik (Data SOP Kualitas Bahan Produksi dapat dilihat pada lampiran 15).



Gambar 5.7. Flowchart Pengendalian Higienitas Alat Masak

Selain dilakukannya pengendalian terhadap kualitas bahan baku produksi, Maximeal juga turut memperhatikan ke higienisan alat masak yang digunakan pada saat proses produksi. *Input* dari alur ini dimulai dari kontrol visual terhadap alat masak yang sudah dicuci. Alat masak yang sudah melewati tahapan uji visual dapat digunakan untuk persiapan dan proses memasak. Sedangkan, alat masak yang tidak lulus *quality control* harus dilakukan pencucian kembali dan melewati kontrol visual untuk memastikan alat masak higienis untuk digunakan (Data SOP Pengendalian Higienitas Alat Masak dapat dilihat pada Lampiran 16).

5.3.3.2 Toleransi Barang Cacat

Tabel 5.9 Toleransi Barang Cacat

No	Kategori	Spesifikasi	Penanganan
1.	Visual (hasil olahan)	Warna	Dilakukan <i>test</i> kelayakan oleh <i>quality control</i> dapur yang kemudian memutuskan untuk mengolah ulang/membuang hasil olahan
		Tekstur	
2.	Kerusakan pada bahan baku	Bau tidak sedap	<i>Discard</i>
		Perubahan warna	<i>Discard</i>
		Berlendir	<i>Discard</i>
		Berjamur	<i>Discard</i>
		Kering dan <i>spongy</i>	<i>Discard</i>
3.	Pengemasan	Kemasan pecah	<i>Discard</i>
		Kesalahan nama pada <i>sleeve</i>	<i>Discard</i>

Kategori barang cacat dapat dikarenakan beberapa hal, dalam Maximeal kelompok menguji kelayakan produk dari visual, kondisi bahan baku, dan kondisi pada kemasan. Untuk kategori visual, apabila ada ketidaksesuaian pada makanan hasil olahan, dapat

ditangani dengan melakukan pemrosesan ulang sehingga produk yang sebelumnya kurang memenuhi standar penyajian Maximeal dapat diolah menjadi produk yang layak. Salah satu contohnya adalah apabila ditemukan beberapa potong ayam goreng yang ternyata belum matang sempurna, akan dilakukan proses penggorengan kembali hingga memastikan seluruh ayam layak untuk disajikan kepada konsumen. Akan tetapi, produk cacat yang disebabkan oleh kerusakan pada bahan baku atau pengemasan tidak dapat ditoleransi dan akan langsung masuk dalam kategori *waste*. Untuk mengurangi tingkat barang cacat yang ada, kelompok menerapkan *quality control* mulai dari tahap pembelian bahan baku hingga penyajian produk..

5.3.3.3 Upaya Pematapan Kualitas

Upaya pengendalian kualitas atas produk Maximeal adalah dengan cara mencicipi makanan sebelum dikemas, pembuatan video *quality assurance* untuk memastikan makanan dalam kondisi baik sebelum disajikan ke konsumen serta melakukan pengecekan kembali atas nama yang tertera pada *sleeve* untuk menghindari risiko buruk yang mungkin terjadi. Maximeal juga turut menggunakan metode Poka-yoke yang berfungsi untuk melakukan kontrol agar dapat mencegah dan memperbaiki *human error* yang terjadi. Penerapan Poka-yoke dalam Maximeal adalah dengan membuat *sleeve* berisi nama dan keterangan sekolah yang sangat berguna untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya salah antar oleh *delivery man* (*human error*) serta mempermudah anak-anak dalam mengambil bekal Maximeal miliknya. *Human error* sangat rawan terjadi pada proses ini karena terdapat banyak detail permintaan yang disampaikan oleh customer terkait lokasi pengantaran dan peletakkan bekal Maximeal. Apabila *delivery man* dengan mudah dapat melakukan pengecekan kembali sebelum meletakkan bekal Maximeal pada lokasi dan melakukan pengambilan foto bukti pengantaran, maka kemungkinan makanan ditempatkan di

tempat yang salah akan dapat minimalisir. Terlebih lagi, posisi keterangan nama dan sekolah yang terletak di bagian pinggir akan dapat memperjelas bukti yang dapat diserahkan ke customer apabila terdapat *complaint* bahwa anak tidak dapat menemukan bekal makanannya. Tingginya tumpukan bekal tidak akan menjadi penghalang bagi kelompok untuk selalu memberikan bukti se jelas mungkin agar dapat meyakinkan customer bahwa bekal anaknya sudah berhasil kelompok kirim tepat waktu dan pada lokasi yang sebagaimana mestinya (Gambar dapat dilihat pada lampiran 26). Selain itu, kelompok juga memanfaatkan gelas ukur dan sendok takar yang sangat berguna dalam mempermudah proses *portioning* dan mampu menghindari kemungkinan terjadinya ketidakadilan apabila besaran porsi lauk untuk setiap anak tidak merata karena diukur berdasarkan penilaian subjektif *operational staff* (kasat mata). Pengimplementasian proses memasak sesuai dengan *standardized recipe* juga akan dimudahkan dengan pemanfaatan gelas ukur dan sendok takar, dengan harapan kualitas rasa makanan dapat selalu terjaga dan konsisten (Data dapat dilihat pada lampiran 33).

5.3.4 Pengendalian Pemasok

Pemasok berperan penting dalam bisnis Maximeal di mana mutu produk, biaya, dan kinerja Maximeal dipengaruhi oleh kualitas pemasok yang dipilih. Selain itu, kemampuan pemasok menyediakan bahan baku tepat waktu akan membantu perusahaan mengurangi jumlah persediaan sehingga *holding cost* dapat diminimalisir. Berkaitan dengan biaya, pemasok pada umumnya bersedia memberikan potongan harga apabila perusahaan terus melakukan *repurchase*. Oleh karena itu, penting bagi Maximeal untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemasok demi kelangsungan dan kesuksesan bisnis Maximeal. Variabel yang menjadi pertimbangan Maximeal dalam memilih pemasok

tergambar jelas pada tabel di bawah ini, yang antara lain adalah aspek harga, kualitas bahan baku, lokasi, dan minimum pembelian yang ditetapkan pemasok. Kebijakan yang digunakan untuk menentukan pemasok terpilih adalah dengan mengikuti tahapan pada *flowchart* penentuan mitra pemasok (Data dapat dilihat pada lampiran 8) dan akan diikuti dengan pembuatan tabel penilaian seperti tabel dibawah ini, dilengkapi kriteria, bobot, dan nilai untuk masing-masing kriteria dan pemasok yang akan berguna dalam membantu perusahaan memilih pemasok yang tepat untuk kerja sama jangka panjang. Pemasok dengan nilai total tertinggi merupakan pemasok yang lebih unggul berdasarkan penilaian 4 aspek tersebut dan akan menjadi pilihan Maximeal.

Tabel 5.10 Penilaian Pemasok Bahan Baku Sayur

*Bobot: 0.1 = kurang penting; 0.5= sangat penting; *Nilai: 1= kurang baik; 5= sangat baik;

Pemasok A (Berkah Pasmod BSD)				Pemasok B (Ahmad Sayur Intermoda)			
Kriteria	Bobot	Nilai	Total	Kriteria	Bobot	Nilai	Total Nilai
Harga	0.3	3.5	1.05	Harga	0.3	4	1.2
Kualitas	0.4	3	1.2	Kualitas	0.4	4	1.6
Lokasi	0.2	3	0.6	Lokasi	0.2	4	0.8
Minimum pembelian	0.1	3	0.3	Minimum pembelian	0.1	3	0.3
			3.15				3.9

5.3.5 Pengendalian Persediaan

Untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan, strategi pengendalian persediaan yang Maximeal gunakan adalah *periodic system*. Alasan pemilihan metode ini adalah karena jumlah persediaan Maximeal yang tergolong kecil dan Maximeal merupakan bisnis dengan *perishable goods*, oleh karena itu sangatlah penting bagi kelompok untuk memperhatikan *expiration date (safety)* ketika melakukan pemesanan produk yang memiliki *shelf life* agar dapat menjaga kualitas dan kesegaran bahan baku. Untuk memastikan kesegaran bahan baku, kelompok menetapkan waktu pemesanan yang *fix* 2 kali setiap minggunya secara rutin, dengan *quantity* yang bervariasi karena menyesuaikan dengan kebutuhan dan jumlah pesanan pada minggu tersebut. Terkait dengan *supplies* dan *packaging*, divisi operasional akan melakukan *stock opname* dan *review* setiap 1 minggu sekali sebelum memutuskan *quantity* yang akan dipesan untuk dapat memenuhi permintaan. Pengimplementasian *periodic system* pada bisnis Maximeal adalah dengan melakukan pengecekan persediaan dan melakukan pemesanan setiap periode waktu yang telah ditetapkan. Berikut ini merupakan jenis-jenis persediaan yang diperlukan untuk mendukung bisnis Maximeal:

Tabel 5.11 Jenis-jenis persediaan pendukung bisnis Maximeal

<i>Raw Material</i>		<i>Equipment</i>		<i>Supplies</i>	
No	<i>Item</i>	No	<i>Item</i>	No	<i>Item</i>
1	Dada ayam	1	Teflon anti lengket	1	Minyak goreng
2	Paha ayam	2	Blender	2	Minyak wijen
3	Daging sapi	3	<i>Nori puncher</i>	3	Garam

4	Jamur kaleng	4	Sodet	4	Gula
5	Telur	5	Sendok	5	Merica
6	Susu	6	Parutan keju	6	Saus tiram
7	Keju	7	Pisau	7	Kecap inggris
8	<i>Spaghetti</i>	8	Rak piring	8	Kecap Manis
9	<i>Penne</i>	9	Sendok takar	9	Kaldu Jamur
10	<i>Packaging</i> bento 3 sekat	10	<i>Rice cooker</i>	10	Saus Teriyaki
11	Sendok plastik	11	Talenan	11	Saus <i>blackpepper</i>
12	Garpu plastik	12	Capitan gorengan	12	Madu
13	<i>Tissue</i> makan	13	Tikar bambu	13	Saus Gochujang
14	Plastik sendok	14	<i>Presto cooker</i>	14	Thousand island
15	<i>Sleeve</i>	15	Teko listrik	15	Saus tomat
16	Bawang putih	16	Wajan	16	Oregano
17	Bawang merah	17	Timbangan digital	17	Ketumbar
18	Bawang bombay	18	<i>Water pump</i>	18	Kunyit Bubuk
19	Nutrijell agar-agar	19	Cetakan agar	19	Tepung roti
20	Nutrijell <i>pudding</i>	20	Kotak donat	20	Tepung panir
		21	Baskom <i>stainless</i>	21	Tepung putri
		22	Pembuka kaleng	22	Tepung terigu

		23	Spatula teflon	23	Maizena
		24	Tutup wajan	24	Mentega
		25	Sumpit	25	Kara
		26	Cobek batu	26	Sunlight
		27	Tempat bumbu	27	Spidol
				28	Triplek
				29	Penghapus papan

Alur pengendalian persediaan bahan baku dan perlengkapan produksi dimulai dengan dilakukannya *stock opname* yang dilakukan setiap hari jumat dan akan diikuti dengan *blast menu* untuk satu minggu pada hari jumat agar pelanggan dapat segera melakukan pemesanan (Data *flowchart* & SOP dapat dilihat pada lampiran 9 dan 17). Pesanan pelanggan yang sudah direkapitulasi akan menjadi dasar untuk penghitungan bahan baku yang perlu dibeli. Pembelian bahan baku dilakukan 2 kali dalam seminggu untuk memastikan kesegaran kualitas bahan baku yang akan dipakai. Dari segi biaya, pembelian bahan baku (sayur dan buah) sebanyak 2 kali dalam seminggu tidak akan menjadi masalah karena kelompok tidak perlu mengeluarkan biaya untuk melakukan pemesanan. *Operational staff* akan mengirimkan daftar bahan yang diperlukan kepada para pemasok melalui WhatsApp dan pemasok akan mengirimkan pesanan kelompok ke rumah produksi, tanpa dikenakan biaya pengantaran. Hal ini dapat terjadi karena kelompok membangun relasi kerjasama yang baik dengan para pemasok. Dengan begitu, pengimplementasian *periodic system* dengan jumlah order 2 kali dalam seminggu tidak akan menjadi masalah karena rendahnya *ordering cost*.

Bahan baku yang dipesan kepada pemasok akan ditambah sebanyak 5% yang akan berperan sebagai *safety stock* untuk mengurangi risiko kekurangan bahan baku. Ketika *inventory level* berada dibawah 5% maka perlu dilakukan pemesanan terlebih dahulu kepada pemasok. Sedangkan apabila sudah melebihi 5%, bahan baku siap masuk ke proses persiapan memasak untuk memenuhi pesanan keesokan harinya. Tidak jauh berbeda dengan bahan baku, pembelian perlengkapan produksi dan *packaging* umumnya dilakukan setiap satu bulan sekali dengan jumlah *safety stock* sebesar 5% atau menyesuaikan dengan *minimum inventory level*.

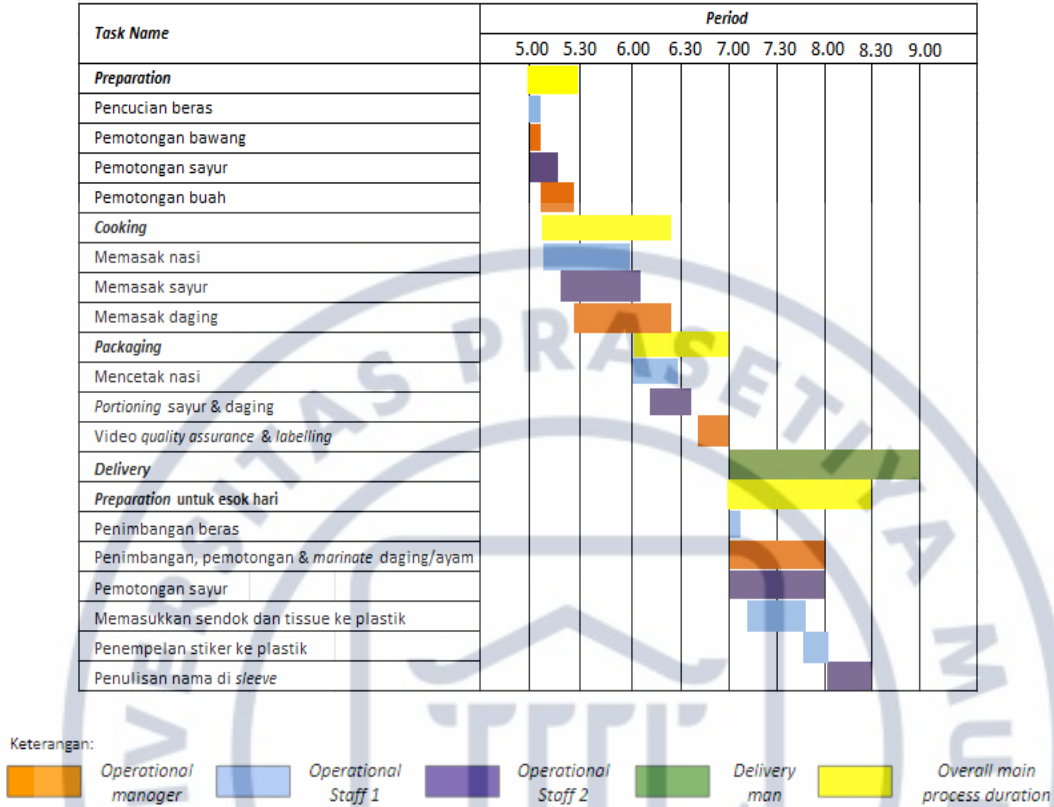
5.3.6 Pengendalian Limbah dan Pengelolaan Lingkungan

Sebagai pebisnis yang bertanggung jawab, tim Maximeal memiliki kepedulian terhadap pencemaran yang akan timbul apabila tidak dilakukan penanganan terhadap limbah sisa produksi. Oleh karena itu, bentuk komitmen Maximeal adalah dengan melakukan pencegahan, pengurangan serta pengendalian limbah dengan baik.

Pada umumnya, limbah yang muncul dari awal hingga akhir kegiatan produksi adalah limbah padat berupa kulit sayuran, bawang, dan lain lain serta bahan makanan yang sudah tidak layak untuk diolah dan dikonsumsi. Bentuk pencegahan dan pengurangan limbah yang dapat dilakukan adalah dengan membeli bahan baku berkualitas baik dengan jumlah secukupnya sehingga tidak menimbulkan *waste* yang dapat menimbulkan pencemaran lingkungan. Untuk menjamin dapur dan rumah produksi yang bersih, Maximeal melakukan penanganan limbah padat dengan melakukan penampungan limbah dalam kantong plastik yang secara rutin akan dimasukkan ke bak sampah setiap harinya setelah kegiatan produksi selesai. Limbah ini kemudian akan diangkut oleh petugas kebersihan Foresta BSD setiap harinya dan dibuang ke TPA.

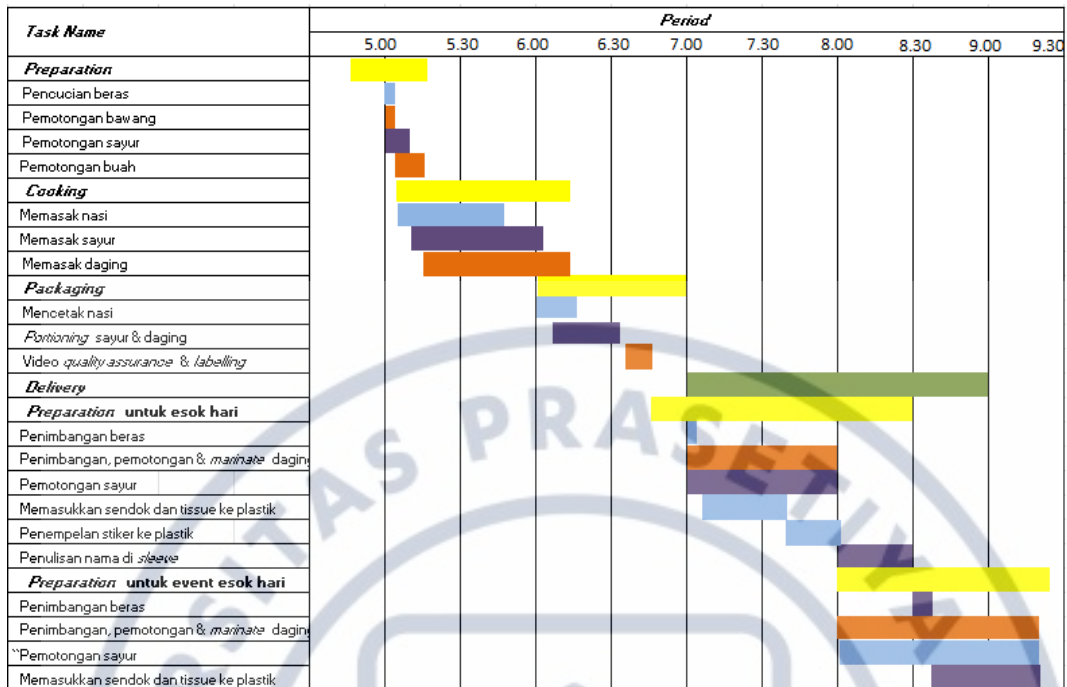
5.3.7 Penjadwalan Kegiatan Produksi / Penyediaan Layanan

Tabel 5.12 Penjadwalan Kegiatan Produksi Normal

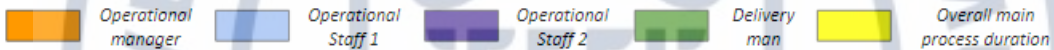


Tabel diatas merupakan jadwal untuk kegiatan produksi pada kondisi normal (diasumsikan pesanan sebanyak 40 porsi) di mana kegiatan produksi setiap harinya dijalankan oleh 3 orang *production staffs*, seorang *delivery man* dan dimulai pada pukul 05.00 WIB karena dibutuhkan waktu 2 jam untuk melakukan persiapan, proses memasak, dan *packaging*. Setelah menyelesaikan ketiga proses tersebut, *delivery man* akan memulai pengantaran katering ke sekolah-sekolah. Persiapan untuk pesanan esok hari dapat dilakukan setelah selesai dilakukannya proses *packaging* dan umumnya memakan waktu 1 jam 30 menit hingga selesai..

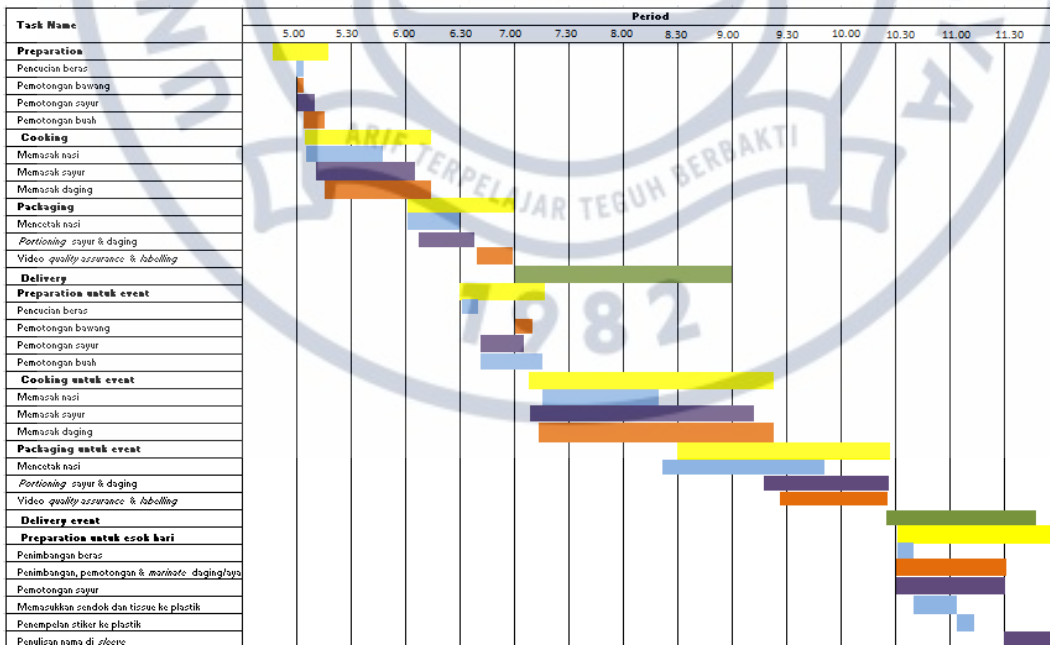
Tabel 5.13 Penjadwalan Kegiatan Produksi apabila ada Pesanan Acara (H-1)



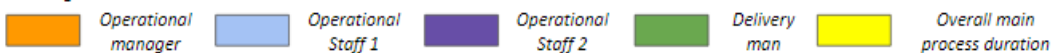
Keterangan:



Tabel 5.14 Penjadwalan Kegiatan Produksi apabila ada Pesanan Acara (Hari H)



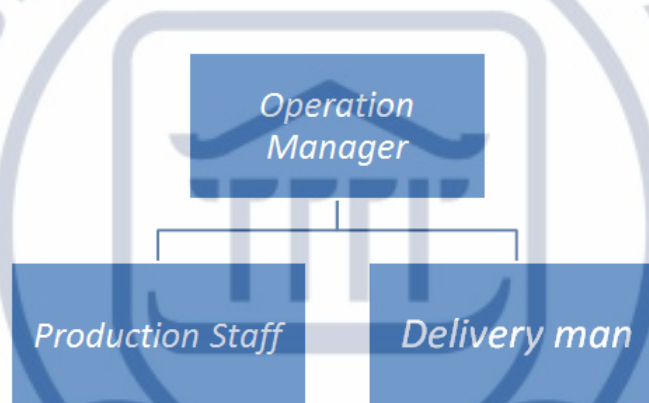
Keterangan:



Kedua tabel diatas merupakan skenario penjadwalan kegiatan produksi apabila terdapat pesanan untuk acara tertentu dengan kisaran jumlah pesanan 2.5 kali lipat dari jumlah pesanan normal yaitu sebanyak 100 hingga 150 porsi. Untuk mempersingkat waktu persiapan pada hari-H, Maximeal selalu melakukan persiapan baik untuk katering sekolah maupun pesanan acara 1 hari sebelumnya. Kelompok sudah menetapkan kebijakan lembur dengan nominal upah per jam sebesar Rp 10.000/jam mengingat *staff* produksi akan bekerja selama 6 jam 30 menit apabila menerima order sebanyak 100-150 porsi.

5.3.8 Organisasi Tim Operasi

5.3.8.1 Struktur Tim Operasi



Gambar 5.8. Struktur Tim Operasi Maximeal

Operational manager bertanggung jawab untuk memimpin tim operasi yang terdiri dari 2 orang *operational staff* dan seorang *delivery man*. Selain memimpin tim operasi, *operational manager* juga bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan keseluruhan dari divisi operasi, mulai dari menghitung jumlah bahan baku yang digunakan, memilih key partners dari Maximeal yang terdiri dari supplier bahan baku, membuat inovasi resep dan menu Maximeal, pengolahan bahan baku, hingga quality assurance..

Pada bulan pertama, kegiatan operasional dilakukan oleh manajer operasi dan 4 orang *founders* Maximeal. Selanjutnya, pada bulan kedua kelompok sudah mempekerjakan 2 orang staf operasi yang akan dilatih oleh manajer operasi untuk membantu pelaksanaan kegiatan operasional Maximeal. Tugas utama staf operasi adalah untuk membantu dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, di mana staf produksi akan membantu untuk memasak, melakukan *portioning*, dan melakukan *packaging* makanan. Mulai dari tahun kedua, staf operasi akan bertambah jumlah sesuai dengan pertumbuhan pasar yang dicapai oleh Maximeal.

Delivery man bertanggung jawab untuk mengantar makanan yang sudah siap antar ke lokasi yang telah ditentukan untuk hari tersebut. Setelah mengirim makanan kepada lokasi tersebut, *delivery man* mendokumentasikan makanan yang telah terkirim dan mengirimkannya kepada divisi pemasaran yang kemudian akan melakukan *posting* pada WhatsApp *story* dari akun Maximeal untuk memberikan bukti pengiriman kepada pihak orang tua. Sejauh ini, tidak ada aturan dari pihak sekolah yang sifatnya mempersulit *delivery man* dalam melaksanakan tanggung jawabnya karena pada umumnya lokasi tujuan penempatan bekal Maximeal adalah di loker yang sudah dikelompokkan berdasarkan kelas dan berada di area *lobby* berdekatan dengan resepsionis sehingga masih dalam pengawasan para petugas keamanan. Salah satu pengalaman berbeda yang pernah kelompok alami adalah terdapat *request* dari *customer* untuk mengantarkan bekal sampai ke depan kelas anaknya dikarenakan usia anaknya yang masih kecil (TK B). Walaupun penjagaan keamanan sangat ketat, kelompok bersyukur memiliki *customer* yang sangat kooperatif dimana *customer* membantu menginformasikan nama *delivery man* Maximeal kepada guru, yang kemudian disampaikan ke *security* sehingga *delivery man*

tetap diperbolehkan masuk dan mengantarkan hingga ke depan kelas anak.

5.3.8.2 Kebijakan Pengelolaan Tenaga Operasi

Untuk saat ini, kebijakan yang Maximeal tetapkan untuk mengelola tenaga operasi yang dimiliki adalah bonus berupa *Monthly Appreciation* yang akan diperoleh karyawan apabila tidak absen melewati batas toleransi absen yang telah ditetapkan oleh Divisi Sumber Daya Manusia. Tujuan diberikannya apresiasi sebesar Rp 100.000,- ini adalah untuk memotivasi dan melatih kedisiplinan karyawan agar selalu hadir dan memberikan kinerja yang terbaik untuk Maximeal. Upah lembur dapat diberikan kepada staf operasional apabila terdapat pesanan untuk acara yang melebihi kapasitas produksi Maximeal sehingga diperlukan waktu persiapan di luar jam kerja yang telah disepakati. Jumlah yang akan diperoleh karyawan untuk upah lembur adalah sebesar Rp 10.000,-/jam.

5.3.9 Rencana Anggaran Operasi

Berikut ini merupakan anggaran operasi Maximeal berupa *direct material* dan *fixed cost* untuk kegiatan produksi selama satu minggu, dengan asumsi produksi 30 porsi setiap harinya.

Tabel 5.15 Anggaran Operasi Maximeal

Direct Materials					
No	Nama	Harga (Rp)	Satuan	Berat	Total (Rp)
1	Dada ayam	Rp 50.000	kg	3.6	Rp 180.000
2	Paha Ayam	Rp 45.000	kg	1.2	Rp 54.000
3	Daging Sapi Khas Dalam	Rp 120.000	kg	1.050	Rp 126.000

4	Bawang putih	Rp 35.000	kg	0.25	Rp 8.750
5	Bawang merah	Rp 30.000	kg	0.25	Rp 7.500
6	Bawang Bombay	Rp 20.000	kg	1	Rp 20.000
7	Beras	Rp 23.500	kg	7.5	Rp 176.250
8	Pepaya California	Rp 12.000	kg	2	Rp 24.000
9	Melon	Rp 10.000	kg	3	Rp 30.000
10	<i>Pudding</i>	Rp 8.000	bungkus	1	Rp 8.000
11	<i>Jelly</i>	Rp 7.000	bungkus	2	Rp 14.000
12	Jagung	Rp 10.000	kg	2.5	Rp 25.000
13	Wortel	Rp 12.000	kg	2.5	Rp 30.000
14	Thousand Island	Rp 30.000	bungkus	1	Rp 30.000
15	Sawi putih	Rp 8.000	kg	1kg	Rp 8.000
16	Jap chae	Rp 60.000	bungkus	1	Rp 60.000
17	Toge	Rp 12.000	kg	2.5	Rp 30.000
18	Tomat	Rp 12.000	kg	1	Rp 12.000
19	Lemon lokal	Rp 500	buah	1	Rp 500
20	Telur	Rp 23.000	kg	1	Rp 23.000
21	Bayam	Rp 3.000	ikat	9	Rp 27.000
22	Labu siam	Rp 4.000	buah	9	Rp 36.000
23	Makaroni	Rp 15.000	bungkus	1.7	Rp 25.500

24	Keju	Rp 17.000	kotak	2	Rp 34.000
25	Susu	Rp 19.300	liter	2	Rp 38.600
26	Madu	Rp 35.000	botol	0.30	Rp 10.500
Total <i>Direct Materials</i>					Rp 1.538.100
<i>Fixed Cost</i>					
1	Sewa dapur				Rp 250.000
2	Upah & bonus karyawan				Rp 275.000
3	Listrik, air & kebersihan				Rp 112.500
Total <i>Fixed Cost</i>					Rp 637.500
Total Anggaran Operasi Maximeal					Rp 2.175.600

5.4 Rencana Sumber Daya Manusia

5.4.1 Tujuan dan Sasaran Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya Maximeal bertujuan untuk memiliki sumber daya manusia di antaranya *shareholders* dan karyawan yang mampu bekerja sesuai dengan *Standard Operation Procedure* (SOP) dan mampu mencapai target yang ditetapkan yaitu 80% dari *Key Performance Indicator* (KPI) tercapai di tahun pertama. Selanjutnya kepuasan kerja dari karyawan serta *shareholders* berada di angka 3 atau lebih tinggi yang menunjukkan bahwa mereka puas bekerja bersama di Maximeal. Berikut tujuan dan sasaran Maximeal dalam bentuk tabel untuk satu tahun ke depan.

Tabel 5.16 Tujuan dan Sasaran Sumber Daya Manusia

No	Tujuan	Sasaran	Batas Waktu	
1.	Meningkatkan performa kinerja dari karyawan	80 % dari SOP terjalankan	Maret 2018	Februari 2019
		80 % dari KPI terjalankan	Maret 2018	Februari 2019
2	Meningkatkan kepuasan kerja karyawan	Kepuasan karyawan berada di angka 3 atau lebih tinggi dengan skala 4	Maret 2018	Februari 2019

5.4.2 Budaya Perusahaan yang Ingin Dikembangkan

Budaya perusahaan merupakan aspek penting yang harus manajemen sumber daya Maximeal perhatikan karena hal tersebut dapat mempengaruhi *output* dari kinerja karyawan di Maximeal. Selaras dengan nilai yang Maximeal anut, budaya perusahaan yang dibentuk oleh Maximeal adalah 'AKTIF' dengan kepanjangan Antusiasme, Keterbukaan, *Teamwork*, Integritas, dan Fokus pada pelanggan. Berikut merupakan pembahasan budaya perusahaan yang diterapkan dalam keseharian Maximeal:

1. Antusiasme

Setiap karyawan dengan masing-masing *job description* yang dimiliki harus mengerjakannya dengan antusias untuk mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu, sumber daya yang ada harus membangun budaya antusiasme yang tinggi dalam bekerja.

2. Keterbukaan

Untuk menjadi usaha catering sehat yang terbuka kepada *customer*, Maximeal harus memiliki sumber daya manusia yang saling terbuka satu sama lain. Terbuka dalam konteks ini artinya tidak ada yang ditutup-tutupi, permasalahan yang dihadapi diselesaikan dan dikomunikasikan bersama bukan untuk disembunyikan. Dengan demikian budaya saling terbuka dapat dibangun di Maximeal.

3. *Teamwork*

Meski memiliki pekerjaan masing-masing, kerja sama tim menjadi kunci dalam usaha catering Maximeal untuk menghasilkan performa dan produk yang berkualitas. Hal ini dikarenakan pekerjaan satu sama lain saling mempengaruhi. Tanpa kerja sama dan komunikasi yang baik maka *value* produk yang ingin Maximeal sampaikan kepada *customer* akan sulit tercapai.

4. Integritas

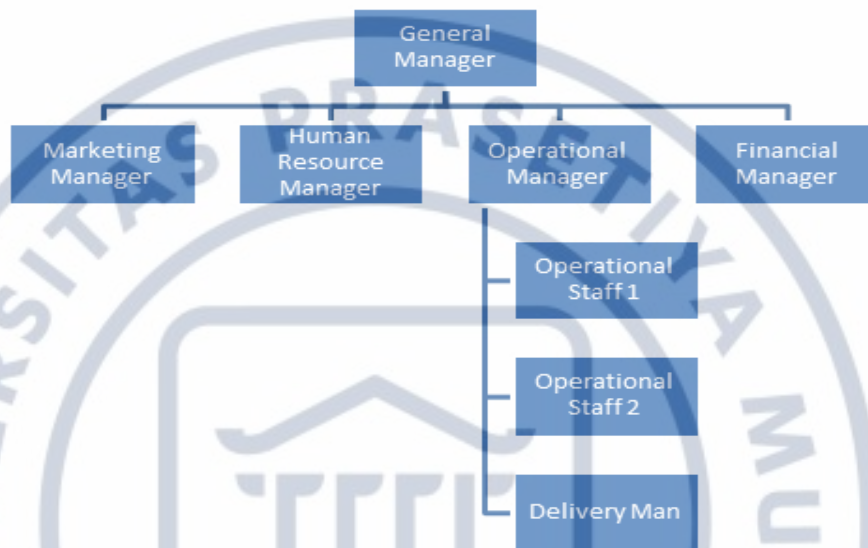
Integritas merupakan dasar yang sangat penting dari nilai Maximeal. Manajemen sumber daya manusia penting untuk memastikan nilai tersebut bisa dijadikan budaya oleh seluruh karyawan Maximeal. Hal ini ditanamkan di setiap aspek pekerjaan yang ada.

5. Fokus pada pelanggan

Dalam setiap pekerjaan yang karyawan lakukan, fokus pada pelanggan harus menjadi fokus karyawan dalam bekerja. Memastikan kualitas produk dan pemrosesan sesuai dengan standar untuk menghasilkan produk berkualitas dan dapat diterima konsumen merupakan salah satu pemikiran yang harus dimiliki semua karyawan Maximeal.

5.4.3 Struktur Organisasi

Maximeal ingin membangun struktur organisasi organik dan fungsional, karena sebagai *start-up business*, struktur organisasi ini tergolong adaptif dan fleksibel. Sebaliknya struktur organisasi mekanistik yang kaku dan terstruktur masih belum tepat atau terlalu dini untuk Maximeal terapkan.



Gambar 5.9. Struktur Organisasi

Bagan di atas menggambarkan struktur organisasi dari Maximeal dengan jumlah total delapan orang, tiga di antaranya karyawan, dan lima di antaranya berada pada *managerial level*. Penjelasan terkait tanggung jawab dan tugas setiap divisi akan dibahas pada subbab berikutnya. *General Manager* dari Maximeal adalah Jennifer Omar, dengan Natasha sebagai *Marketing Manager*, Erwin sebagai *Human Resource Manager*, Jeanice Sukiati sebagai *Operational Manager*, dan Jessica Ivana sebagai *Financial Manager*. *Operational Manager* bertanggung jawab atas Ibu Ani dan Ibu Asih sebagai *Operational Staff*, dan Bapak Okeng sebagai *Delivery Man*.

5.4.4 Uraian Jabatan

1. *General Manager*

General Manager sebagai pemimpin keseluruhan tim dan bisnis Maximeal bertanggung jawab dalam memimpin jalannya bisnis serta melakukan supervisi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh setiap divisi yang ada dan memastikan semuanya berjalan sesuai dengan visi dan misi Maximeal. *General Manager* harus memiliki ketegasan, visi yang jelas, dan wawasan yang luas dalam memimpin Maximeal.

2. *Marketing Manager*

Marketing Manager bertanggung jawab memimpin seluruh kegiatan pemasaran serta penjualan Maximeal. Ia bertanggung jawab dalam menyusun strategi pemasaran dan melakukan koordinasi kepada seluruh anggota Maximeal untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan dan konsumen. *Marketing Manager* harus dapat berkomunikasi dengan baik serta memahami pelanggan Maximeal dengan baik.

3. *Human Resource Manager*

Human Resource Manager bertanggung jawab memimpin proses pengadaan dan pengembangan sumber daya manusia, mulai dari pembuatan *Human Resource Plan* sampai evaluasi penilaian kinerja karyawan dan *shareholders* dari Maximeal. *Human Resource Manager* harus objektif serta adil dalam membagi tugas dan memberikan penilaian.

4. *Operational Manager*

Operational Manager bertanggung jawab memimpin persiapan dan jalannya seluruh kegiatan produksi Maximeal mulai dari pemilihan bahan sampai pengantaran produk Maximeal ke

tangan konsumen. *Operational Manager* harus teliti dan detail dalam menyusun perencanaan produksi.

5. *Financial Manager*

Financial Manager bertanggung jawab dalam memimpin pembuatan anggaran dan melakukan pencatatan pengeluaran dan pendapatan Maximeal. *Financial Manager* harus teliti, detail, dan tegas dalam membuat anggaran serta mengaplikasikannya ke dalam operasional, pemasaran, dan sumber daya manusia yang Maximeal lakukan.

6. *Delivery Man*

Delivery Man bertanggung jawab mengantarkan produk Maximeal ke tangan konsumen di sekolah dan mendokumentasikan foto produk yang sudah sampai tersebut untuk nantinya diberikan kepada orang tua konsumen.

7. *Operational Staff*

Operational Staff bertanggung jawab dalam mendukung *Operational Manager* dalam menjalankan *operational activities* di dapur produksi dalam menyiapkan bahan, mengolah, dan mengemas produk Maximeal.

5.4.5 Perencanaan Sumber Daya Manusia

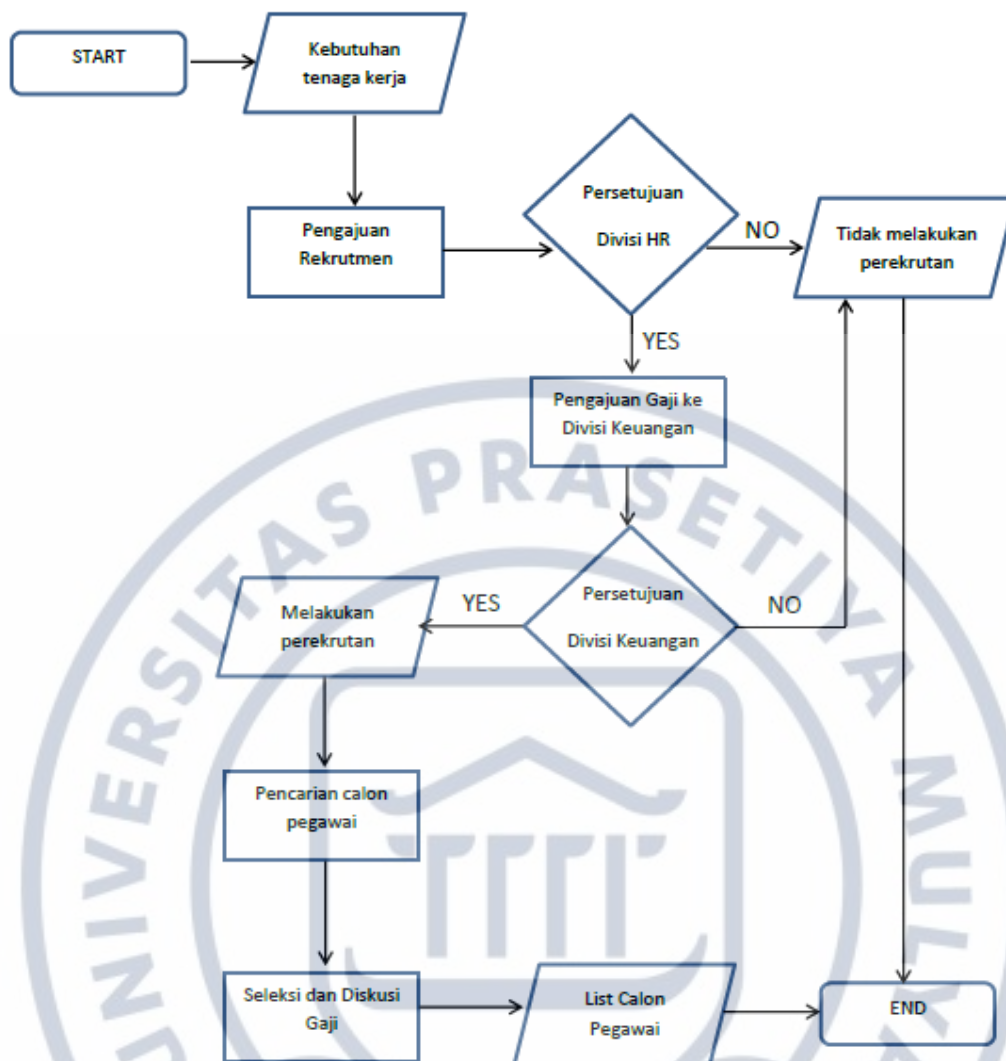
5.4.5.1 Kebijakan Perencanaan Sumber Daya Manusia

Maximeal sudah menetapkan target operasional dan penjualan di awal. Untuk mampu mencapai target tersebut, di bulan pertama dibutuhkan 5 pekerja yang merupakan *shareholders* Maximeal. Di bulan selanjutnya Maximeal akan merekrut 3 karyawan yang dua di antaranya akan menjadi *operational staff*, dan satu yang lain sebagai *delivery man*. Pada tahapan ini, *shareholders* yang akan turun mengawasi

kegiatan operasional setiap harinya akan ada dua orang. Maximeal memiliki kebijakan untuk tidak menambah sumber daya manusia yang ada ketika belum mencapai target tertentu yang ditentukan. Ketika *demand* produk Maximeal meningkat dan kapasitas produksi sudah maksimal maka akan dilakukan rekrutmen karyawan baru. Hal ini dilakukan agar Maximeal dapat efisien dalam mengalokasikan pekerjaan di antara *staff* yang ada sesuai dengan kapasitas produksi yang diperlukan.

5.4.5.2 Kebijakan Rekrutmen dan Seleksi

Rekrutmen dan seleksi yang dilakukan sebelum karyawan akhirnya bergabung di suatu perusahaan memiliki peranan yang sangat penting. *Employer* dapat melihat apakah calon karyawan memiliki kapabilitas untuk mengerjakan pekerjaan yang ada dan apakah cara kerja calon karyawan tersebut sesuai serta dapat bekerja sama dengan karyawan lainnya. Dengan memastikan hal tersebut saat seleksi karyawan, sumber daya manusia yang ada akan dapat dikembangkan dengan lebih baik.



Gambar 5.10. Diagram Alur Kebijakan Rekrutmen

Diagram alur kebijakan rekrutmen di atas mengilustrasikan beberapa tahapan yang harus dilewati dalam kebijakan rekrutmen, berikut penjelasan dari masing-masing tahapan yang ada:

1. Adanya kebutuhan penambahan tenaga kerja oleh Maximeal. Kebutuhan ini biasa dirasakan ketika kapasitas produksi dari tenaga kerja yang ada sudah mencapai batas diiringi dengan permintaan yang terus meningkat. Selain itu juga ketika melakukan evaluasi kinerja bulanan, masing-masing *division manager* dapat menyadari kebutuhan tersebut.

2. Divisi yang membutuhkan penambahan karyawan melakukan pengajuan kepada divisi sumber daya manusia dengan mengisi *form* pengajuan penambahan karyawan seperti *form* berikut:

Tabel 5.17. *Form* Pengajuan Penambahan Karyawan

FORM PENGAJUAN PENAMBAHAN KARYAWAN	
Nama	:
Divisi	:
Pekerja yang dibutuhkan	:
Jumlah	:
Spesifikasi pekerjaan	:
1.	
2.	
<i>Benefit</i> penambahan pekerja	:
1.	
2.	
<i>Skill</i> yang dibutuhkan	:
1.	
2.	

3. Setelah mendapat persetujuan dari divisi sumber daya manusia, selanjutnya dilakukan pengajuan upah ke divisi keuangan untuk mengetahui batasan alokasi dana yang bisa dikeluarkan untuk penambahan karyawan yang akan dilakukan.
4. Divisi keuangan bersama dengan divisi bersangkutan dan *general manager* mengkaji ulang apakah memang diperlukan penambahan karyawan. Dengan biaya upah yang akan dikeluarkan, apakah akan sesuai dengan keuntungan yang

Maximeal dapatkan nantinya ketika karyawan tersebut sudah dipekerjakan. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya biaya-biaya yang tidak diperlukan yang dapat mengurangi *profit* perusahaan, mengingat Maximeal masih merupakan *start-up business*.

5. Ketika sudah terdapat keputusan untuk melakukan perekrutan karyawan, pencarian calon pegawai dilakukan dan diutamakan mereka yang tidak memiliki aktivitas di pagi sampai siang hari, memiliki mobilitas tinggi, dan bertempat tinggal di wilayah Foresta BSD karena dekat dengan lokasi produksi Maximeal.
6. Selanjutnya dilakukan seleksi melalui *interview* non-formal di mana Maximeal akan menjelaskan secara detail pekerjaan yang akan dilakukan dan mendiskusikan serta meminta tanggapan dari calon karyawan terkait pekerjaan tersebut. Apabila kedua belah pihak sudah sepakat, maka akan dilakukan negosiasi upah yang akan diberikan untuk jam kerja yang dijanjikan.
7. Setelah seleksi dan negosiasi selesai dilakukan, maka karyawan akan langsung menjalani uji coba dan *training* untuk bekerja selama satu minggu. Setelah satu minggu ini baru kemudian akan diambil keputusan apakah performanya sesuai dengan ekspektasi dan akan dilanjutkan kerja sama dengan karyawan tersebut.

5.4.5.3 Kebijakan Mitra Alih Daya

Mitra alih daya atau ikatan kerja *outsourcing* memang sudah menjadi *trend* dewasa ini. Tanpa perlu melakukan rekrutmen ketika membutuhkan karyawan dan pemecatan serta pemberian pesangon, *outsourcing* tenaga kerja jadi pilihan yang menarik. Akan tetapi dengan melihat bentuk dari usaha Maximeal yang masih *start-up* dan masih berkembang dengan jumlah pekerja yang sedikit, maka kebijakan mitra alih daya masih belum dibutuhkan oleh Maximeal.

5.4.6 Pengembangan Sumber Daya Manusia

5.4.6.1 Kebijakan Orientasi

Proses orientasi bagi karyawan baru Maximeal akan dilakukan secara lisan tanpa melalui kelas formal, melainkan dalam bentuk *on the job training* melalui beberapa tahapan berikut yaitu:

- A. Pengenalan terhadap nilai yang dianut perusahaan Maximeal dan seluruh pekerja yang ada di Maximeal. Dalam proses ini, pekerja baru akan diberikan *briefing* terkait nilai yang dianut perusahaan, tugas, dan peranannya serta gambaran terkait sistem kerja di Maximeal.
- B. Penjelasan mengenai hak yang dimiliki dan kewajiban yang harus dipenuhi sebagai pekerja dari Maximeal. Sebelum memulai praktek kerja, calon pegawai harus mengerti serta paham hak dan kewajiban apa saja yang harus mereka penuhi ketika bekerja di Maximeal. Berikut daftar hak dan kewajiban pegawai Maximeal yaitu:

Tabel 5.18. Daftar Hak dan Kewajiban Pegawai

Hak	Kewajiban
1. Mendapatkan upah setiap minggu sesuai hari masuk.	1. Menjalankan tugas dan kewajiban sesuai <i>job description</i> .
2. Mendapatkan Tunjangan Hari Raya (THR) saat lebaran setelah bekerja satu tahun atau lebih.	2. Datang tepat waktu pukul 7.00 hari senin-jumat untuk <i>Delivery Man</i> .
3. Mengutarakan keluhan kepada divisi sumber daya manusia.	3. Datang tepat waktu pukul 5.00 hari senin-jumat untuk <i>Production Staff</i> .
	4. Menggunakan dan memelihara peralatan produksi dan <i>delivery</i> dengan sebaik-baiknya.

- C. Menjalani praktek kerja selama lima hari. Pegawai baru melakukan praktek kerja yang disupervisi langsung oleh kepala divisi. Melalui praktek kerja ini, pegawai bisa belajar secara langsung tentang apa saja yang akan mereka kerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Ketika pegawai mengalami kesulitan, pegawai baru dapat bertanya kepada kepala divisi yang mensupervisi dirinya dalam bekerja.
- D. Evaluasi praktik kerja dan pengambilan keputusan perekrutan. Setelah menjalani lima hari praktik, evaluasi akan diberikan untuk menilai sejauh mana hasil dari kinerja yang dihasilkan oleh pegawai baru ini. Hasil evaluasi ini juga akan menentukan apakah pegawai tersebut akan direkrut untuk melanjutkan kerja sama dengan Maximeal atau tidak.

Tabel 5.19 *Form* Evaluasi Orientasi Staf Produksi

No	Pekerjaan	Dilakukan	Belum Dilakukan	Evaluasi
1	Datang tepat waktu pukul 5.00 pagi			
2	Menjalankan proses produksi sesuai SOP			
3	Mengikuti arahan dari <i>Operation Manager</i>			
4	Menjaga kesopanan dan rasa saling hormat antar pekerja			
5	Menjaga kebersihan rumah produksi			

Tabel 5.20 Form Evaluasi Orientasi *Delivery Man*

No	Pekerjaan	Dilakukan	Belum Dilakukan	Evaluasi
1	Datang tepat waktu pukul 7.00 pagi			
2	Mengantarkan semua produk Maximeal tepat waktu			
3	Mendokumentasikan produk yang sudah diantar			
4	Menjaga kondisi peralatan pengantaran yang disediakan			
5	Menjaga kesopanan dan rasa saling hormat antar pekerja			

5.4.6.2 Kebijakan Pelatihan

Seorang pegawai harus lulus masa orientasi terlebih dahulu sebelum akhirnya mendapatkan pelatihan yang lebih mendalam terkait *job description* mereka di Maximeal. Pelatihan dilakukan selama lima hari setelah orientasi. Dalam jangka waktu melaksanakan orientasi dan pelatihan, pegawai sudah dihitung masuk hari kerja sehingga pemberian upah akan dihitung sejak hari pertama karyawan melakukan orientasi. Pelatihan ini dilakukan dengan tujuan agar di minggu ke tiga pegawai baru bekerja, karyawan sudah mampu menjalankan *job description* mereka dengan baik tanpa harus diinstruksikan lagi.

Secara keseluruhan, proses pelatihan setiap pegawai baru selama lima hari akan dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Pelatihan kemampuan dasar pegawai

Bagian dari pelatihan ini dilakukan selama tiga hari kerja untuk *operational staff*, pada hari pertama pekerja akan diberikan pengajaran terkait SOP dan cara mempersiapkan bahan sebelum diolah. Di hari kedua, pekerja akan diajarkan cara memasak dan mengolah bahan-bahan sesuai dengan SOP yang ada. Selanjutnya di hari ketiga pekerja akan diajarkan cara mengemas makanan sampai siap diantar.

Untuk *delivery man*, di hari pertama, pekerja akan ikut mengantarkan makanan bersama dengan *Manager* dari Maximeal untuk mengetahui rute dan juga apa saja yang harus diperhatikan ketika melakukan pengantaran ke sekolah.

2. Praktek kerja secara mandiri dan pemberian evaluasi kinerja di akhir pelatihan

Setelah cukup dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan dasar, pada dua hari terakhir pelatihan pegawai akan dilepas melakukan praktik kerja secara mandiri. Hal ini akan jadi kesempatan untuk mengukur kedisiplinan dan kesiapan karyawan ketika nantinya bekerja di Maximeal. Di akhir periode masing-masing pekerja Maximeal akan memberikan evaluasi secara lisan terhadap kinerja pegawai baru, evaluasi ini yang harus diperbaiki di periode kerja nantinya.

5.4.6.3 Kebijakan Kelekatan Antar-Pegawai

Untuk menjaga kelekatan antar pegawai dan hubungan internal perusahaan yang baik, manajemen sumber daya manusia harus mampu menjaga komunikasi yang baik antar setiap anggota. Selain itu juga kondisi kerja harus dikondisikan senyaman mungkin, agar ketika

pesanan yang sangat banyak datang sekalipun, setiap pekerja dapat dengan senang hati bekerja dengan maksimal untuk mencapai target tersebut. Maximeal menjadikan makan bersama sebagai momen untuk mendekatkan diri antar pegawai, sehari dalam seminggu Maximeal akan memberikan beberapa porsi, dan setelah produksi pekerja Maximeal akan beristirahat dan makan bersama.

5.4.6.4 Kebijakan Penilaian Kerja

Penilaian kinerja pegawai yang meliputi karyawan dan *shareholders* dilakukan menggunakan *performance appraisal*. *Appraisal* yang dibuat untuk karyawan dilakukan setiap satu bulan sekali menggunakan *tools key performance indicator* (KPI) dengan metode *weighted scoring*, sedangkan untuk *shareholders* dilakukan setiap tiga bulan sekali dengan menggunakan metode yang sama. Melalui metode ini, Maximeal dapat membandingkan kinerja nyata yang pekerja lakukan terhadap KPI yang sudah ditetapkan sebelumnya. Apabila ada yang masih berada di bawah KPI, hal tersebut dapat menjadi evaluasi bersama untuk dikembangkan selanjutnya.

Berikut merupakan indikator penilaian kinerja pegawai apabila dilihat dari hasil KPI yang tercapai:

1. Kinerja pegawai Maximeal dikatakan sangat baik apabila KPI mencapai atau lebih dari 90%
2. Kinerja pegawai Maximeal dikatakan baik apabila KPI berada di angka 80% - 90%
3. Kinerja pegawai Maximeal dikatakan cukup apabila KPI berada di angka 70% - 79%
4. Kinerja pegawai Maximeal dikatakan kurang baik apabila KPI berada di angka 60% - 69%
5. Kinerja pegawai Maximeal dikatakan buruk apabila KPI berada di bawah angka 60%

Hasil dari *appraisal* berdasarkan KPI tersebut akan disampaikan melalui dua cara yang berbeda yaitu:

- A. Penyampaian hasil kinerja kepada *shareholders*. Selain membahas hasil KPI yang sudah berjalan, hasil keseluruhan *peer review* juga akan dibahas secara bersama-sama dan juga personal apabila dibutuhkan. Hal ini agar kelompok dapat saling mengetahui apa yang perlu mereka perbaiki dan apa yang dapat mereka bantu untuk menunjang performa dari divisi lain di Maximeal.
- B. Penyampaian hasil kinerja pegawai dilakukan setiap akhir bulan secara personal oleh divisi sumber daya manusia terhadap pegawai langsung. Pada sesi ini juga pegawai bisa memberikan *input* dan *feedback* terkait performa yang diberikan serta apa yang dibutuhkan untuk meningkatkan performanya tersebut selanjutnya.

Tabel 5.21 Format *Key Performance Indicator*

No	Key Results Area	Key Performance Indicator (KPI)	Measurements	Weight of KPI (%)	Target	Actual	Score
1							
2							
3							
4							
Total							

Tabel di atas menunjukkan format KPI yang digunakan oleh Maximeal. Indikator yang digunakan antara lain dilihat dari aspek proses yang dikerjakan, dan juga hasil yang dicapai. *Key Performance Indicator* tersebut dibuat berdasarkan target-target yang ingin dicapai oleh masing-masing divisi, dan dirangkum dalam sebuah format KPI lalu dikomunikasikan terhadap seluruh divisi Maximeal. Ketika melakukan evaluasi penilaian kinerja, hasil dari KPI merupakan salah satu indikator penilaian. (*Key Performance Indicator* dapat dilihat di Lampiran 22 - *Key Performance Indicator* dan Hasil)

5.4.7 Kebijakan Kompensasi

Kompensasi yang akan diberikan Maximeal kepada pegawai meliputi kompensasi finansial dan non-finansial. Kompensasi finansial yang akan diberikan adalah upah mingguan. Upah karyawan untuk tiga bulan pertama untuk setiap bulannya adalah sebesar Rp 750,000 untuk *delivery man* dan Rp 550,000 untuk masing-masing *operational staff* yang pembayarannya diangsur setiap akhir pekan sehingga total Rp 1.850.000 akan dikeluarkan setiap bulannya.. Bonus berupa hadiah apresiasi diberikan kepada pekerja dengan performa terbaik setiap bulannya, dengan alokasi anggaran sebesar Rp 100.000 setiap bulannya.

Bagi *shareholders*, Maximeal akan melakukan pembagian *dividend* tiap tahunnya. Pembagian dilakukan dengan menetapkan jumlah sebesar 60% dari keuntungan bersih setiap tahunnya.

5.4.8 Rencana Anggaran Sumber Daya Manusia

Berikut adalah rencana anggaran sumber daya manusia perusahaan Maximeal dari mulai bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Februari 2019:

Tabel 5.22 Rencana Anggaran SDM dari Maret 2018 sampai Februari 2019

No	Bulan dan Tahun	Pengeluaran Upah (Rp)	Keterangan
1	Maret 2018	0	Belum ada karyawan
2	April 2018	Rp 1.850.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
3	Mei 2018	Rp 1.850.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
4	Juni 2018	Rp 1.850.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
5	Juli 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
6	Agustus 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
7	September 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
8	Oktober 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
9	November 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
10	Desember 2018	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>
11	Januari 2019	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2

			<i>production staff</i>
12	Februari 2019	Rp 2.150.000,-	Upah 1 <i>delivery man</i> dan 2 <i>production staff</i>

Tabel di atas mencantumkan pemberian upah kepada pegawai dari Maret 2018 sampai dengan Februari 2019. Pada tiga bulan pertama upah yang dikeluarkan di angka Rp 1.850.000,- untuk dua pegawai, dan mulai bulan ke-empat Maximeal berencana menaikkan upah masing-masing pegawai sebesar Rp 100.000,-. Maximeal berencana memberikan THR sebesar satu bulan upah di tahun 2019 nantinya kepada mereka yang sudah bekerja selama satu tahun.

5.5 Rencana Keuangan

5.5.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan

Sebagai sebuah perusahaan *start-up*, Maximeal memiliki beberapa tujuan dan sasaran keuangan yang ingin dicapai pada tahun pertama agar dapat bertahan di industri catering dan menjadi perusahaan yang berkelanjutan serta menguntungkan. Berikut adalah tujuan dan sasaran divisi keuangan Maximeal untuk satu tahun pertama, terhitung dari bulan Maret 2018 hingga Februari 2019:

Tabel 5.23 Tujuan dan Sasaran Keuangan

No	Tujuan	Sasaran	Batasan Waktu	
1	Membangun usaha yang menguntungkan	Mampu melakukan pembagian <i>dividend</i> setiap tahunnya kepada <i>shareholder</i> dengan	Maret 2018	Februari 2019

	bagi <i>shareholder</i>	<i>dividend payout ratio</i> sebesar 60%		
2	Meminimalisir COGS	Meminimalisir COGS sebesar 5%	Maret 2018	Februari 2019
3	Mencapai target <i>return on investment</i> pada tahun pertama	Mencapai <i>return on investment</i> sebesar 100% pada tahun pertama	Maret 2018	Februari 2019

5.5.2 Kebutuhan Modal Kerja dan Investasi

5.5.2.1 Kebutuhan Anggaran Perusahaan 1 tahun ke depan

Dalam kurun waktu satu tahun ke depan, Maximeal memiliki anggaran modal kerja sebesar Rp 87.973.254-. Namun, dana yang dibutuhkan untuk pengeluaran tersebut bisa dipenuhi dari kegiatan penjualan sehari-hari. Pada bulan pertama, kelompok hanya membutuhkan dana sebesar Rp 11.493.500,- untuk memenuhi kebutuhan operasional yang ada. Berikut adalah tabel rincian modal kerja operasi pada bulan pertama dan rincian modal kerja perusahaan untuk 1 tahun ke depan.

Tabel 5.24 Rincian Modal Kerja *Operation* Bulan Pertama

No	Nama Aktifitas	Biaya	Keterangan
1	<i>RnD expense</i>	Rp 100.000,-	RnD menu makanan
2	<i>Supplies expense</i>	Rp 1.500.000,-	Minyak goreng, bumbu dapur, dan perlengkapan lainnya

3	<i>Equipment expense</i>	Rp 1.791.100,-	Peralatan memasak
4	<i>Utilities expense</i>	Rp 450.000,-	Listrik, air, kebersihan, dll
5	<i>Rent expense</i>	Rp 1.000.000,-	Sewa dapur
6	<i>Transportation expense</i>	Rp 500.000,-	<i>Delivery</i> dan belanja bahan
7	<i>Direct material</i>	Rp 6.152.400,-	Bahan masakan untuk sebulan
Total		Rp 11.493.500,-	

Tabel 5.25 Rincian Modal Kerja Tahun Pertama

No	Divisi	Anggaran untuk Modal Kerja	Anggaran untuk Investasi	Total Kebutuhan Anggaran
1	Pemasaran	Rp 6.100.000,-	-	Rp 6.100.000,-
2	Operasi	Rp 54.124.254,-	Rp 9.899.000,-	Rp 64.023.254,-
3	Sumber daya manusia	Rp 17.850.000,-	-	Rp 17.850.000,-
4	Keuangan	-	-	-
Total Anggaran				Rp 87.973.254-

5.5.2.2 Rincian Biaya Pra-Operasi

Biaya pra-operasi adalah biaya yang dikeluarkan sebelum dimulainya catering Maximeal. Berikut adalah rincian biaya pra-operasi Maximeal:

Tabel 5.26 Rincian Biaya Pra-Operasi

Tanggal	Deskripsi	Harga (Rp)
31/8/17	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 35.000,-
14/9/17	<i>RnD masakan</i>	Rp 458.253,-
14/9/17	<i>Booth preparation</i>	Rp 162.000,-
14/9/17	<i>Equipment expense (Rice ball shaker, egg shaper, cookie cutter, nori puncher)</i>	Rp 110.000,-
15/9/17	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 15.000,-
5-18/10/17	<i>Research and development market</i>	Rp 1.129.000,-
31/10/17	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 84.000,-
31/11/17	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 84.000,-
4-18/12/17	<i>Alpha & beta test</i>	Rp 485.379,-
15/12/17	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 15.000,-
19/1/18	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 15.000,-
5/2/18	Teflon anti lengket	Rp 163.000,-
5/2/18	Blender	Rp 287.000,-

5/2/18	<i>Supplies expense</i>	Rp 109.195,-
5/2/18	<i>Research and Development expense</i>	Rp 156.160,-
5/2/18	Tempat sayur	Rp 33.350,-
5/2/18	Toples	Rp 11.300,-
5/2/18	Sbt stainless	Rp 11.600,-
5/2/18	Rodor HJ	Rp 82.950,-
5/2/18	Saringan	Rp 29.250,-
5/2/18	Ulek kayu besar	Rp 11.550,-
5/2/18	Sodet gg tebal	Rp 36.800,-
5/2/18	Sendok	Rp 9.200,-
5/2/18	Parutan keju	Rp 16.200,-
5/2/18	Pisau selika 7	Rp 7.100,-
5/2/18	Pisau selika 6	Rp 6.750,-
5/2/18	<i>Misty rack</i>	Rp 73.400,-
5/2/18	Tempat bumbu	Rp 22.250,-
5/2/18	Sendok takar, ukur, bumbu, dapur, gelas takar	Rp 38.900,-
5/2/18	<i>Rice cooker</i>	Rp 250.000,-
14/2/18	<i>Marketing expense</i>	Rp 676.280,-
14/2/18	<i>Sticker</i>	Rp 6.500,-

14/2/18	<i>Sleeve</i>	Rp 110.000,-
16/2/18	<i>Miscellaneous expense</i>	Rp 31.260,-
26/2/18	<i>Bento box</i>	Rp 720.000,-
Total		Rp 5.492.627,-

5.5.2.3 Sumber Pendanaan

Modal awal Maximeal diperoleh dari pendiri sekaligus pemilik Maximeal yang berjumlah lima orang. Kelompok memilih sumber pendanaan ekuitas ini karena dana yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan belum memiliki penghasilan untuk melakukan utang usaha ke bank. Jumlah total modal awal Maximeal adalah sebesar Rp 25.000.00,-.

Berikut adalah rincian sumber pendanaan Maximeal:

Tabel 5.27 Daftar Sumber Pendanaan Maximeal

Nama	Jumlah	Status
Erwin	Rp 5.000.000	Pemilik
Jennifer Omar	Rp 5.000.000	Pemilik
Jeanice Sukiati	Rp 5.000.000	Pemilik
Jessica Ivana L	Rp 5.000.000	Pemilik
Natashia	Rp 5.000.000	Pemilik

5.5.3 Kebijakan Pengelolaan Keuangan Perusahaan

5.5.3.1 Pengendalian Kas dan Uang Tunai

Pada satu tahun pertama ini Maximeal menetapkan kas minimum sebesar 40% dari jumlah modal awal yaitu sebesar Rp 10.000.000, sedangkan sisanya digunakan untuk pembelian persediaan, peralatan dapur, dan peralatan lainnya yang menunjang kegiatan operasional sehari-hari. Kas minimum tersebut ditetapkan untuk mengantisipasi keperluan mendadak seperti pembelian peralatan dan bahan baku dalam jumlah besar maupun membiayai piutang perusahaan yang timbul dari keterlambatan pelanggan dalam membayar produk yang dibeli.

Kelompok juga menetapkan kebijakan *petty cash* minimal sebesar Rp 1.000.000,-. Hal ini dilakukan untuk mempersiapkan dana apabila sewaktu-waktu ada kebutuhan belanja mendadak untuk memenuhi kegiatan operasional sehari-hari.

5.5.3.2 Pengendalian Piutang Usaha

Maximeal tidak memberlakukan kebijakan piutang usaha dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Hal ini disebabkan karena sistem pembayaran yang diterapkan yaitu setiap *customer* Maximeal harus membayar terlebih dahulu sebelum mendapatkan makanan (*unearned revenue*). Pembayaran dalam usaha Maximeal menggunakan metode transfer ke rekening Maximeal yang bukti transfernya harus diberikan kepada divisi pemasaran sebelum makanan diantarkan.

5.5.3.3 Pengendalian Persediaan

Kelompok melakukan metode *sales forecasting* untuk mengendalikan persediaan bahan baku, di mana data yang digunakan adalah data rata-rata penjualan selama seminggu ke belakang. Selain

menggunakan *forecasting* berdasarkan data penjualan, kelompok juga menggunakan data pemesanan satu minggu ke depan ditambah dengan *buffer stock* sebesar 5%, untuk mengantisipasi lompatan pesanan yang dapat terjadi satu minggu ke depan. Metode *forecasting* tersebut kelompok lakukan untuk mengurangi biaya transportasi tambahan yang akan muncul jika terjadi kekurangan bahan baku.

5.5.3.4 Pengendalian Utang Usaha

Maximeal tidak memiliki utang usaha kepada para pemasok yang kebanyakan merupakan pemasok *raw material* karena Maximeal harus membayar secara kontan, namun hal tersebut tidak terlalu berpengaruh kepada Maximeal karena *customer* kelompok juga melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum menerima paket Maximeal.

5.5.4 Proyeksi Laporan Keuangan Perusahaan

5.5.4.1 Asumsi Penyusunan Laporan Keuangan

Dalam membuat proyeksi laporan keuangan Maximeal terdapat beberapa asumsi yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

- Aktivitas bisnis termasuk penjualan produk dimulai pada bulan Maret 2018.
- Kelompok menggunakan *accrual basis* sebagai dasar dalam pencatatan akuntansi.
- Pembelian peralatan periode pertama pada bulan Maret sebesar Rp 1.791.100,-
- Pembelian peralatan periode selanjutnya pada bulan Juni sebesar Rp 60.500,- dan Agustus sebesar Rp 1.844.425,-
- Metode depresiasi yang digunakan adalah *straight-line* dengan tiga kategori umur hidup peralatan, yaitu 1 tahun, 3 tahun, dan 10 tahun.

- Paket berlangganan catering terdiri dari paket mingguan dan bulanan
- Harga untuk paket reguler adalah Rp 23.000,- per kotak dan Rp 25.000,- per kotak untuk paket *bigger* dan acara
- Harga pokok penjualan bahan makanan naik sebesar 10% pada bulan Mei dan Juni 2018 sebagai dampak dari kenaikan harga bahan makanan di pasaran saat periode bulan Ramadhan dan Idul Fitri.
- Penjualan paket *bigger* adalah 48% dari total target penjualan dalam setahun
- Jika di akhir bulan pelanggan masih memiliki sisa periode pesanan catering, maka pesanan akan diberikan di bulan berikutnya dan diakui sebagai *unearned revenue*
- Kebijakan *inventory* yang mengharuskan adanya 5% persediaan *packaging*, sendok, *tissue*, plastik, dan *sleeve* yang akan digunakan pada bulan selanjutnya

5.5.4.2 Laporan Neraca Pra-Operasi

Tabel 5.28 *Balance Sheet* Maximeal Pra-Operasi

Maximeal
Balance Sheet as at 28 February 2018

ASSETS		LIABILITIES AND EQUITY	
Current Assets		Current Liabilities	
Cash	Rp19,825,350	Accounts Payable	Rp0
Accounts Receivable	Rp0	Accrued Wages	Rp0
Inventory	Rp836,500	Unearned Revenue	Rp300,000
Prepaid Insurance	Rp0		
Total Current Assets	Rp20,661,850	Total Current Liabilities	Rp300,000
Property, Plant and Equipment		Owner's Equity	
Gross property, plant and equipment	Rp0	Share capital-ordinary	Rp25,000,000
Accumulated depreciation	Rp0	Retained earning	-Rp4,638,151
Net Book Value - PPE	Rp0	Total Equity	Rp20,361,849
Total Assets	Rp20,661,850	Total Liabilities and Equity	Rp20,661,849

Sebelum kegiatan operasional berlangsung, kelompok sudah melakukan beberapa pengeluaran untuk menunjang pembentukan konsep produk Maximeal. Beberapa contoh pengeluaran yang kelompok lakukan adalah untuk RnD makanan, pembelian peralatan dan perlengkapan, tes alfa, tes beta, dan lain-lain. Rincian lengkap biaya pra-operasi dapat dilihat pada subbab 5.5.2.2.



5.5.4.3 Proyeksi Laporan Laba Rugi 1 Tahun ke Depan

Tabel 5.29 Proyeksi Laporan Laba Rugi Maximeal

Maximeal Income Statement March 2018 - February 2019 In Rupiah												
	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	January	February
Income												
Sales revenue	Rp14,490,000	Rp13,800,000	Rp15,360,000	Rp9,405,000	Rp10,220,000	Rp28,930,000	Rp28,800,000	Rp31,680,000	Rp34,430,000	Rp25,040,000	Rp39,710,000	Rp36,100,000
Other revenue	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Total Revenue	Rp14,490,000	Rp13,800,000	Rp15,360,000	Rp9,405,000	Rp10,220,000	Rp28,930,000	Rp28,800,000	Rp31,680,000	Rp34,430,000	Rp25,040,000	Rp39,710,000	Rp36,100,000
Total COGS	Rp6,952,680	Rp6,621,600	Rp8,016,000	Rp4,885,650	Rp4,831,120	Rp13,738,560	Rp13,663,200	Rp15,029,520	Rp16,320,480	Rp11,869,440	Rp18,825,400	Rp17,114,000
Gross Profit	Rp7,537,320	Rp7,178,400	Rp7,344,000	Rp4,519,350	Rp5,388,880	Rp15,191,440	Rp15,136,800	Rp16,650,480	Rp18,109,520	Rp13,170,560	Rp20,884,600	Rp18,986,000
Expenses												
RnD expense	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000
Marketing expense	Rp800,000	Rp1,150,000	Rp800,000	Rp200,000	Rp275,000	Rp625,000	Rp275,000	Rp275,000	Rp275,000	Rp675,000	Rp275,000	Rp275,000
Supplies expense	Rp1,102,689	Rp1,050,180	Rp1,168,896	Rp715,721	Rp777,742	Rp2,201,573	Rp2,191,680	Rp2,410,848	Rp2,620,123	Rp1,905,544	Rp3,021,931	Rp2,747,210
Equipment expense	Rp1,791,100	Rp225,000		Rp60,500		Rp1,844,425						
HR expense	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000
Salary expense	Rp0	Rp1,850,000	Rp1,850,000	Rp1,850,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000
Utilities expense	Rp450,000	Rp450,000	Rp450,000	Rp300,000	Rp300,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp600,000	Rp700,000	Rp700,000
Rent expense	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp500,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000
Transportation expense	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp300,000	Rp300,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp600,000	Rp700,000	Rp700,000
Total expenses	Rp5,843,789	Rp6,425,180	Rp5,968,896	Rp4,126,221	Rp5,002,742	Rp9,420,998	Rp7,216,680	Rp7,435,848	Rp7,645,123	Rp7,130,544	Rp8,046,931	Rp7,772,210
EBITDA	Rp1,693,531	Rp753,220	Rp1,375,104	Rp393,130	Rp386,138	Rp5,770,442	Rp7,920,120	Rp9,214,632	Rp10,464,397	Rp6,040,016	Rp12,837,669	Rp11,213,790
Depreciation & Amortization	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250
EBIT	Rp1,647,967	Rp707,656	Rp1,329,540	Rp347,566	Rp340,574	Rp5,570,192	Rp7,719,870	Rp9,014,382	Rp10,264,147	Rp5,839,766	Rp12,637,419	Rp11,013,540
Tax	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Net Income	Rp1,647,967	Rp707,656	Rp1,329,540	Rp347,566	Rp340,574	Rp5,570,192	Rp7,719,870	Rp9,014,382	Rp10,264,147	Rp5,839,766	Rp12,637,419	Rp11,013,540

5.5.4.4 Proyeksi Laporan Arus Kas 1 Tahun ke Depan

Tabel 5.30 Proyeksi Laporan Arus Kas Maximeal

Maximeal Cashflow Statement March 2018 - February 2019													
	Month 0	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	January	February
Cash Flow From Activities													
Net Income	-Rp2,057,192	Rp1,647,967	Rp707,656	Rp1,329,540	Rp347,566	Rp340,574	Rp5,570,192	Rp7,719,870	Rp9,014,382	Rp10,264,147	Rp5,839,766	Rp12,637,419	Rp11,013,540
Adjustments to Net Income for Cash Flow													
+ Depreciation Expense	Rp0	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp45,564	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250	Rp200,250
- Changes in Receivable	Rp0	-Rp289,800	Rp13,800	-Rp31,200	Rp119,100	-Rp16,300	-Rp374,200	Rp2,600	-Rp57,600	-Rp55,000	Rp187,800	-Rp293,400	Rp72,200
- Changes in Inventory	-Rp836,500	Rp505,420	-Rp69,720	Rp156,518	Rp2,727	-Rp445,372	Rp3,768	-Rp68,316	-Rp64,548	Rp222,552	-Rp347,798	Rp85,570	-Rp180,731
- Changes in Prepaid Insurance	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
- Changes in Accounts Payable	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
+ Change in Unearned Revenue	Rp300,000	-Rp300,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Total Adjustment	-Rp536,500	-Rp38,816	-Rp10,356	Rp170,882	Rp167,391	-Rp416,108	-Rp170,182	Rp134,534	Rp78,102	Rp367,802	Rp40,252	-Rp7,580	Rp91,719
Net Cash Flow from Operations	-Rp2,593,692	Rp1,609,151	Rp697,300	Rp1,500,422	Rp514,956	-Rp75,534	Rp5,400,010	Rp7,854,404	Rp9,092,484	Rp10,631,949	Rp5,880,018	Rp12,629,839	Rp11,105,259
Cash Flow From Investing													
Capital Expenditure (CAPEX)	Rp0	-Rp4,301,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	-Rp5,598,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Net Cash Used by Investments	Rp0	-Rp4,301,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	-Rp5,598,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Cash Flow From Financing													
Equity Issues	Rp6,000,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Dividends	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Debt Issues	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Net Cash Flow From Financing	Rp6,000,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Net Change In Cash	Rp3,406,308	-Rp2,691,849	Rp697,300	Rp1,500,422	Rp514,956	-Rp75,534	-Rp197,990	Rp7,854,404	Rp9,092,484	Rp10,631,949	Rp5,880,018	Rp12,629,839	Rp11,105,259
Beginning Cash Balance	Rp16,419,041	Rp19,825,350	Rp17,133,501	Rp17,830,801	Rp19,331,222	Rp19,846,178	Rp19,770,644	Rp19,572,654	Rp27,427,058	Rp36,519,542	Rp47,151,491	Rp53,031,509	Rp65,661,348
Ending Cash Balance	Rp19,825,349	Rp17,133,501	Rp17,830,801	Rp19,331,222	Rp19,846,178	Rp19,770,644	Rp19,572,654	Rp27,427,058	Rp36,519,542	Rp47,151,491	Rp53,031,509	Rp65,661,348	Rp76,766,607

5.5.4.5 Proyeksi Laporan Neraca 1 Tahun ke Depan

Tabel 5.31 Proyeksi Laporan Neraca Maximeal

Maximeal Balance Sheet March 2018 - February 2019													
	March 0	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	January	February
Current Assets													
Cash	Rp19,825,350	Rp17,133,501	Rp17,830,801	Rp19,331,222	Rp19,846,178	Rp19,770,644	Rp19,572,654	Rp27,427,058	Rp36,519,542	Rp47,151,491	Rp53,031,509	Rp65,661,348	Rp76,766,607
Accounts Receivable	Rp0	Rp289,800	Rp276,000	Rp307,200	Rp188,100	Rp204,400	Rp578,600	Rp576,000	Rp633,600	Rp688,600	Rp500,800	Rp794,200	Rp722,000
Inventory	Rp836,500	Rp331,080	Rp400,800	Rp244,283	Rp241,556	Rp686,928	Rp683,160	Rp751,476	Rp816,024	Rp593,472	Rp941,270	Rp855,700	Rp1,036,431
Prepaid insurance	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Total Current Assets	Rp20,661,850	Rp17,754,381	Rp18,507,601	Rp19,882,705	Rp20,275,834	Rp20,661,972	Rp20,834,414	Rp28,754,534	Rp37,969,166	Rp48,433,563	Rp54,473,579	Rp67,311,248	Rp78,525,038
Plan Equipment, Fixtures and Others	Rp0	Rp4,301,000	Rp4,301,000	Rp4,301,000	Rp4,301,000	Rp4,301,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000	Rp9,899,000
Less : Accumulated Depreciation	Rp0	-Rp45,564	-Rp91,128	-Rp136,692	-Rp182,256	-Rp227,820	-Rp428,070	-Rp628,320	-Rp828,570	-Rp1,028,820	-Rp1,229,070	-Rp1,429,320	-Rp1,629,570
Net Fixed Assets - Book Value	Rp0	Rp4,255,436	Rp4,209,872	Rp4,164,308	Rp4,118,744	Rp4,073,180	Rp9,470,930	Rp9,270,680	Rp9,070,430	Rp8,870,180	Rp8,669,930	Rp8,469,680	Rp8,269,430
Total Assets	Rp20,661,850	Rp22,009,817	Rp22,717,473	Rp24,047,013	Rp24,394,578	Rp24,735,152	Rp30,305,344	Rp38,025,214	Rp47,039,596	Rp57,303,743	Rp63,143,509	Rp75,780,928	Rp86,794,468
Current Liabilities													
Accounts Payable	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Accrued Wages and Commissions Payable	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Unearned Revenue	Rp300,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Total Current Liabilities	Rp300,000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Owner's Equity													
Equity	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000
Retained Earnings	-Rp4,638,150	-Rp2,990,183	-Rp2,282,527	-Rp952,987	-Rp605,422	-Rp264,848	Rp5,305,345	Rp13,025,215	Rp22,039,597	Rp32,303,744	Rp38,143,510	Rp50,780,929	Rp61,794,469
Total Owner's Equity	Rp20,361,850	Rp22,009,817	Rp22,717,473	Rp24,047,013	Rp24,394,579	Rp24,735,153	Rp30,305,345	Rp38,025,215	Rp47,039,597	Rp57,303,744	Rp63,143,510	Rp75,780,929	Rp86,794,469
Total Liabilities and Equity	Rp20,661,850	Rp22,009,817	Rp22,717,473	Rp24,047,013	Rp24,394,579	Rp24,735,153	Rp30,305,345	Rp38,025,215	Rp47,039,597	Rp57,303,744	Rp63,143,510	Rp75,780,929	Rp86,794,469

5.5.5 Analisis Risiko

Tabel 5.32 Analisis Risiko

No	Potensi Risiko	Dampak Risiko Terhadap Bisnis	Mitigasi Risiko
1	Kenaikan harga bahan baku menjelang Ramadhan & Idul Fitri	Memicu kenaikan COGS untuk setiap makanan	Mencari <i>supplier</i> dan menerapkan teori <i>economic of scale</i>
2	<i>Customer</i> belum membayar makanan yang anak mereka makan	Terhambatnya perputaran arus kas perusahaan	Hanya memberikan kelonggaran pembayaran secara transfer ke rekening Maximeal kepada <i>loyal customer</i>
3	Tidak mendapatkan karyawan	Menghambat proses otomatisasi bisnis	Mencari lebih banyak alternatif karyawan dan melakukan riset gaji di daerah sekitar
4	Performa kinerja karyawan tidak sesuai ekspektasi	Menurunkan produktivitas Maximeal	Optimalisasi masa orientasi dan pelatihan, serta pemberian evaluasi mingguan
5	Karyawan tidak hadir tepat waktu	Menurunkan produktivitas dan dapat menyebabkan	Memberikan peraturan yang jelas

		produk Maximeal telat diantar	dan melatih kedisiplinan karyawan
6	<i>Sales</i> tidak mencapai target	Menurunkan pendapatan bulanan	Menyebarkan brosur di sekolah, tempat les, dan kantor. Melakukan <i>approach</i> ulang kepada <i>customers</i> yang sudah berhenti berlangganan
7	Konsumen tidak memperoleh makanan karena kelalaian <i>delivery man</i> atau kesalahan pada proses perekapan pesanan	Menurunkan pendapatan bulanan karena Maximeal berkomitmen memberikan <i>gift voucher</i> untuk 1x makan apabila konsumen tidak memperoleh <i>meal box</i> akibat kelalaian tim Maximeal	Pembuatan catatan khusus untuk <i>delivery man</i> dan rutin melakukan pengecekan kembali terhadap hasil rekapan
8	Adanya pesanan dalam jumlah besar untuk acara yang bersifat mendadak	Hilangnya penjualan dan berkurangnya pendapatan apabila tidak bisa memenuhi pesanan tersebut	Menjaga hubungan baik dengan beberapa pemasok yang bisa diandalkan