

RINGKASAN
LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN:
INGKUNG MBAH HARNO



Disusun Oleh:

FAATIN DZAKIYYAH RIFQAH

1118 30456

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JULI 2024

TUGAS AKHIR

LAPORAN PROYEK KEWIRWUSAHAAN: INGKUNG MBAH HARNO

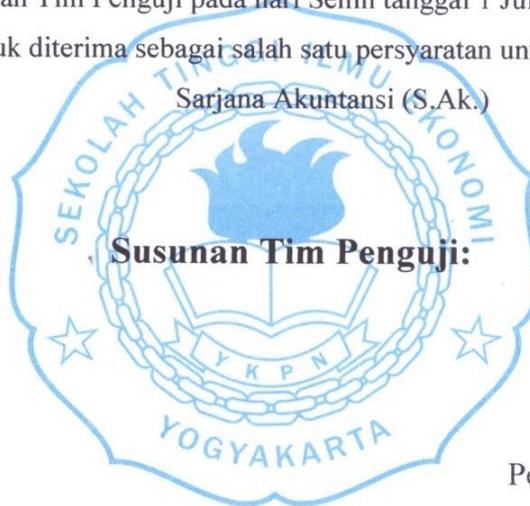
Dipersiapkan dan disusun oleh:

FAATIN DZAKIYYAH RIFQAH

Nomor Induk Mahasiswa: 111830456

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 1 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Atika Jauharia Hatta, Dr., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Julianto Agung S., Dr., SE., S.Kom., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 1 Juli 2024

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



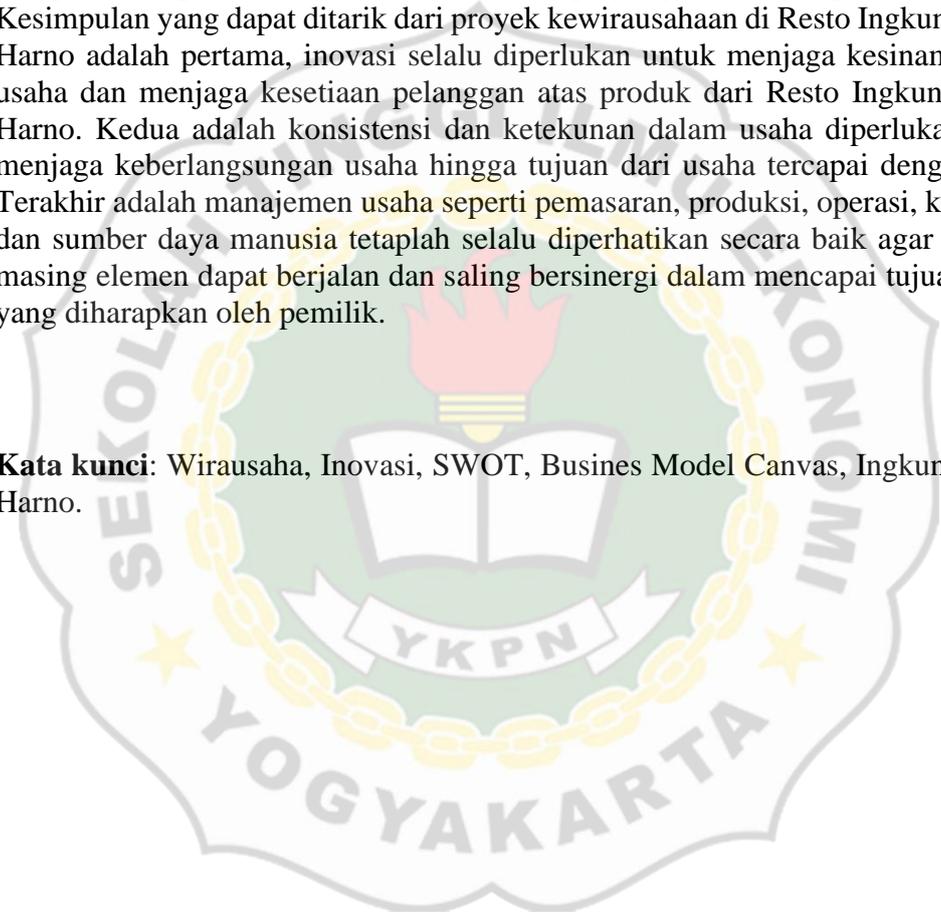
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Proyek kewirausahaan ini bertujuan untuk mendapatkan inovasi baru yang dapat dikembangkan dalam usaha Ingkung mBah Harno dan mengetahui pengimplementasian manajemen operasional dalam usaha Ingkung mBah Harno. Tulisan ini menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas untuk menguraikan positioning usaha dan strategi yang bisa ditempuh unit usaha. Kesimpulan yang dapat ditarik dari proyek kewirausahaan di Resto Ingkung mBah Harno adalah pertama, inovasi selalu diperlukan untuk menjaga kesinambungan usaha dan menjaga kesetiaan pelanggan atas produk dari Resto Ingkung mBah Harno. Kedua adalah konsistensi dan ketekunan dalam usaha diperlukan untuk menjaga keberlangsungan usaha hingga tujuan dari usaha tercapai dengan baik. Terakhir adalah manajemen usaha seperti pemasaran, produksi, operasi, keuangan dan sumber daya manusia tetaplah selalu diperhatikan secara baik agar masing-masing elemen dapat berjalan dan saling bersinergi dalam mencapai tujuan usaha yang diharapkan oleh pemilik.

Kata kunci: Wirausaha, Inovasi, SWOT, Busines Model Canvas, Ingkung mBah Harno.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ISI

1.1 Latar Belakang

Berdasar data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata DIY pada 2024, sejak tahun 2021, kuliner di Yogyakarta mulai bertumbuh kembali. Hingga tahun 2024, jumlah restoran sudah mencapai 350 unit dan jumlah rumah makan telah mencapai 1.247 unit, terlihat pada tabel 1. Di sisi yang lain, makanan tradisional kurang dikenal oleh masyarakat terutama yang berasal dari luar Jawa. Ingkung merupakan salah satu makanan tradisional Jawa.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Restoran dan Rumah Makan di DIY

Kode	Bidang Urusan	Elemen	Tahun					Satuan	Sifat Data	Sumber Data
			2020	2021	2022	2023	2024			
.001	Pariwisata	Jumla Restoran	1,002.00	307.00	310.00	350.00	350,00*	Unit	Tahunan	Dinas Pariwisata
.002	Pariwisata	Jumlah Rumah Makan	1,007.00	1,198.00	1,225.00	1,247.00	1.247,00*	Unit	Tahunan	Dinas Pariwisata
Sumber: Dinas Pariwisata DIY 2024										
*Sementara										

Saat ini ayam ingkung terdapat pada daerah Yogyakarta, salah satunya yaitu Ingkung mBah Harno yang berada di Dusun Barepan, Sumberrahayu, Moyudan, Sleman.

Ingkung mBah Harno memiliki rasa yang berbeda dengan tidak menggunakan santan dan micin (MSG). Ingkung mBah Harno menempati lahan seluas hampir 1000 m² di Dusun Barepan, Moyudan. Oleh karena itu Ingkung mBah Harno memiliki tempat makan yang luas dan nyaman. Dari sisi prospek bisnis, bisnis ini cukup menjanjikan, karena seperti terlihat pada tabel 2, konsumsi

Tabel 1. 2 Tingkat Konsumsi Daging Ayam di DIY

Tingkat Konsumsi Daging Ayam per Kapita per Minggu (Rupiah) di DIY						
Jenis Konsumsi	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Daging ayam ras	3,276.55	3,277.53	4,066.92	4,525.60	5,148.95	5,324.62
Daging ayam kampung	752.73	804.30	696.89	848.46	857.22	643.78
Sumber: bps.go.id						

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ayam di DIY cukup besar, sehingga harapannya minat untuk mengkonsumsi ingkung mbah Harno ini juga akan tinggi. Namun terdapat hambatan dalam bisnis ini, yaitu tingkat keuntungan dari usaha ini belum memberikan tingkat keuntungan yang memadai. Hal ini dikarenakan skala produksi dan tingkat penjualan yang masih belum memenuhi harapan. Melalui proyek kewirausahaan ini, penulis dapat mengimplementasikan strategi manajemen khususnya dalam strategi inovasi, sehingga *output* yang diharapkan dapat sesuai.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa inovasi yang dapat dikembangkan di Resto Ingkung mBah Harno?
2. Bagaimana implementasi manajemen operasional (keuangan, produksi & *marketing*) dalam usaha Ingkung mBah Harno?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan proyek kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan inovasi baru yang dapat dikembangkan dalam usaha Ingkung mBah Harno.
2. Mengetahui pengimplementasian manajemen operasional dalam usaha Ingkung mBah Harno.

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Adapun kontribusi kami sebagai pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan makanan tradisional Jawa.
2. Melestarikan makanan tradisional Jawa.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1 Produk

Produk dalam usaha Ingkung mBah Harno adalah ingkung dengan bahan baku ayam kampung yang disajikan dalam bentuk ayam utuh.

2.1.1 Pasar Ayam

Pasar terbentuk dengan adanya *supply* dan *demand*. BPS menyajikan data pasar ayam sebagaimana Tabel 2.1 tersebut menunjukkan bahwa permintaan akan ayam sebesar 82 ribuan, sedangkan produksi ayam hanya sebanyak 71,7 ribuan. Ketimpangan ini menimbulkan defisit di pasar.

Tabel 2. 1 Pasar Daging Ayam Ras

Supply-Demand Daging Ayam Ras Menurut Provinsi (ton), 2023			
Provinsi	Total Supply/ Ketersediaan Daging	Total Demand/ Kebutuhan Daging	Surplus / Defisit
	Sumatera	808,948.68	
Aceh	45,863.91	53,334.39	-7,470.47
Sumatera Utara	194,916.38	154,426.77	40,489.62
Sumatera Barat	76,622.87	82,358.90	-5,736.03
Riau	122,306.31	95,103.38	27,202.93
Jambi	55,430.61	42,158.95	13,271.66
Sumatera Selatan	125,063.89	95,470.25	29,593.63
Bengkulu	11,651.62	18,535.10	-6,883.48
Lampung	121,496.63	80,535.90	40,960.73
Kep. Bangka Belitung	25,262.59	23,671.36	1,591.22
Kepulauan Riau	30,333.86	40,328.86	-9,995.00
Jawa	2,605,200.58	2,235,607.63	369,592.95
DKI Jakarta	-	246,687.20	-246,687.20
Jawa Barat	1,005,573.00	694,186.80	311,386.20
Jawa Tengah	747,830.02	446,700.34	301,129.68
DIY	71,756.58	82,001.06	-10,244.48
Jawa Timur	517,283.58	593,495.04	-76,211.45
Banten	262,757.40	172,537.19	90,220.20

Sumber: Peternakan Dalam Angka 2023, Badan Pusat Statistik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1.2 Ingkung

Ingkung adalah makanan khas Jawa yang memiliki aroma harum dari rempah-rempah yang khas dan cita rasa yang lezat. Ingkung mBah Harno adalah Ingkung yang memiliki cita rasa khas tersendiri, yaitu dibuat tanpa santan, tanpa minyak goreng dan tanpa menggunakan MSG (micin). Masakan ingkung produksi ingkung mBah Harno adalah makanan sehat yang aman dikonsumsi oleh siapapun. Secara keseluruhan, ingkung ayam adalah simbol dari kekayaan kuliner Jawa.

2.2 Analisis SWOT

SWOT terdiri dari penilaian terhadap Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*).

Tabel 2. 2 Analisis SWOT

Kekuatan <ol style="list-style-type: none">1. Produk tidak menggunakan santan, minyak goreng dan MSG (micin).2. Memiliki cita rasa yang khas.3. Aman dikonsumsi siapapun.	Kelemahan <ol style="list-style-type: none">1. Produk tidak tahan lama.2. Packaging.3. Minimnya informasi tentang Ingkung.
Peluang <ol style="list-style-type: none">1. Pasar masih terbuka lebar2. Kesadaran konsumen terhadap makanan sehat semakin meningkat.3. Tingkat konsumsi daging perkapita Indonesia meningkat.4. Daya beli masyarakat yang meningkat.	Ancaman <ol style="list-style-type: none">1. Ada beberapa pesaing baru.2. Harga bahan yang fluktuatif.3. Kapasitas mesin.

Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan utama dari produk ingkung mBah Harno adalah produk tidak menggunakan santan, minyak goreng dan MSG (micin), memiliki cita rasa yang khas, dan aman dikonsumsi siapapun.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kelemahan (*Weaknesses*)

Terdapat tiga kelemahan dari produk ingkung mBah Harno, yaitu produk tidak tahan lama, kemasan yang tidak mampu membuat ingkung tahan lama, dan minimnya informasi tentang Ingkung bagi masyarakat.

Peluang (*Opportunities*)

Peluang dari usaha ingkung mBah Harno adalah pasar masih terbuka lebar, kesadaran konsumen terhadap makanan sehat semakin meningkat, tingkat konsumsi ayam perkapita Indonesia meningkat dan daya beli masyarakat yang meningkat.

Ancaman (*Threats*)

Terdapat tiga ancaman dari bisnis ingkung mBah Harno, yaitu ada beberapa pesaing baru, harga bahan yang fluktuatif dan kapasitas mesin.

2.3 Rencana Bisnis

Rencana ini mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, dan proyeksi keuangan.

2.3.1 Analisis Pasar

Target Pasar produk ingkung adalah pelanggan usia 25-60 tahun, jenis kelamin pria dan wanita dan memiliki pendapatan menengah ke atas, penduduk lokal dan wisatawan domestik dan internasional. Kompetitor adalah kompetitor lokal yang juga menyajikan masakan tradisional Jawa, dan restoran modern dengan konsep berbeda. Terdapat tiga hal terkait

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dengan kebutuhan pasar ini, yaitu pasar memerlukan makanan tradisional dengan cita rasa autentik, suasana makan yang nyaman dan khas, dan pelayanan yang ramah dan cepat.

2.3.2 Strategi Pemasaran

Terdapat empat hal dalam strategi pemasaran, yaitu branding, promosi, dan harga.

2.3.3 Rencana Operasional

Rencana operasional meliputi tiga hal, yaitu struktur organisasi, proses operasional dan jadwal operasional. Struktur Organisasi Resto Ingkung mBah Harno terdiri dari Pemilik, Kepala Dapur, dan Pelayan. Proses operasional, memastikan bahwa bahan baku dari pemasok lokal terpercaya, terdapat standar kebersihan dan kualitas yang ketat dan dipatuhi, dan pelatihan rutin. Jadwal operasional resto setiap hari dari pukul 10.00 wib hingga 18.00 wib.

2.3.4 Proyeksi Keuangan

Investasi awal untuk bisnis ingkung yang dilakukan oleh Resto Ingkung mBah Harno adalah sebesar Rp50 juta dan biaya investasi

Tabel 2. 3 Proyeksi Pendapatan Ingkung mBah Harno
tambahan inovasi bisnis adalah senilai Rp12.700.000,00. Proyeksi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pendapatan, biaya dan laba untuk lima tahun ke depan adalah sebagai berikut:

Proyeksi Pendapatan, Biaya dan Laba					
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
a. Pendapatan					
Penjualan harian	Rp 1.875,000	Rp 3.125,000	Rp 5,000,000	Rp 6,250,000	Rp 10,000,000
Penjualan tahunan	Rp 675,000,000	Rp 1.125,000,000	Rp 1,800,000,000	Rp 2,250,000,000	Rp 3,600,000,000
b. Biaya Produksi					
HPP harian	Rp 1.447,500	Rp 2.412,500	Rp 3,860,000	Rp 4,825,000	Rp 7,720,000
HPP tahunan	Rp 521,100,000	Rp 868,500,000	Rp 1,389,600,000	Rp 1,737,000,000	Rp 2,779,200,000
c. Laba Kotor					
Pendapatan tahunan - HPP tahunan	Rp 153,900,000	Rp 256,500,000	Rp 410,400,000	Rp 513,000,000	Rp 820,800,000
d. Biaya Operasional					
Biaya Sewa	Rp 25,000,000	Rp 25,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000
Gaji Staf	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000	Rp 108,000,000
Utilitas dan Overhead	Rp 10,000,000	Rp 10,000,000	Rp 10,000,000	Rp 10,000,000	Rp 10,000,000
Total Biaya Operasional	Rp 143,000,000	Rp 143,000,000	Rp 148,000,000	Rp 148,000,000	Rp 148,000,000
e. Laba Bersih					
Laba Kotor - Biaya Operasional	Rp 10,900,000	Rp 113,500,000	Rp 262,400,000	Rp 365,000,000	Rp 672,800,000

2.3.5 Analisis Risiko dan Mitigasinya

Terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan dalam analisis risiko, yaitu risiko pasar, risiko operasional, dan risiko keuangan. Risiko pasar berkaitan dengan perubahan selera konsumen dan persaingan yang semakin ketat. Risiko operasional berkaitan dengan kualitas bahan baku yang tidak konsisten dan manajemen SDM yang kurang efektif. Sedangkan risiko keuangan berkaitan dengan fluktuasi biaya bahan baku dan pengelolaan kas yang tidak efisien.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.4 Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual

Tabel 2. 4 HPP untuk produk Inkung Ayam Resto mBah Harno

Biaya Produksi per Porsi	
a. Biaya Bahan Baku	
Ayam Kampung (1 ekor)	Rp 65,000
Bumbu Ungkep	Rp 17,000
Total Bahan Baku	Rp 82,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	
Tenaga Dapur	Rp 10,000
Total Tenaga Kerja	Rp 10,000
c. Biaya Overhead	
Gas Elpiji	Rp 2,000
Listrik	Rp 1,000
Air Bersih	Rp 500
Penyusutan Peralatan	Rp 1,000
Total Overhead	Rp 4,500
d. Total Harga Pokok Produksi	
Total Bahan Baku	Rp 82,000
Total Tenaga Kerja	Rp 10,000
Total Overhead	Rp 4,500
Total HPP	Rp 96,500

3.1 Eksplorasi Kreativitas

Untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran, terdapat peluang yang perlu ditempuh oleh Resto Inkung mBah Harno demi hasil yang lebih baik, yaitu menambah investasi untuk pembelian peralatan baru, membuat inkung ayam dalam bentuk beku (*frozen*), membuat varian inkung dengan bahan baku bebek, membuat kemasan yang bisa menampung inkung frozen, dan menambah jaringan pemasaran hingga menjangkau ke seluruh pulau Jawa dan Sumatera.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembiayaan tambahan untuk mewujudkan langkah dalam eksplorasi kreativitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Rencana Kebutuhan Pendanaan Realisasi Hasil Eksplorasi Kreativitas

Rencana Kebutuhan Pendanaan untuk Realisasi Hasil Eksplorasi Kreativitas			
No.	Langkah Eksplorasi Kreativitas	Kebutuhan Alat	Biaya Investasi (Rp)
1	Pembelian alat baru	Mesin memasak	4,000,000.00
		Vacuum Sealer	1,500,000.00
		Freezer	3,500,000.00
2	Membuat ingkung frozen	Plastik Vacuum Pack	500,000.00
3	Membuat Varian Ingkung Bebek	Bebek afkir	1,000,000.00
4	Membuat Kemasan Frozen	Foam Box	1,000,000.00
5	Menambah Jaringan Pemasaran	Pemasaran online	1,200,000.00
Nilai Total			12,700,000.00

3.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka dengan menciptakan, menukarkan, dan berbagi produk, jasa, serta nilai antara satu sama lain (Putri, 2017). Bauran Pemasaran yang terlibat dalam pemasaran adalah Konsep marketing mix terdiri dari empat elemen utama, yaitu *Product* (Produk, *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses).

3.3 Manajemen Operasi

Manajemen operasi adalah proses terorganisir (Lewis, 2020) untuk merancang, mengarahkan, dan mengawasi beragam kegiatan yang mengubah berbagai input menjadi hasil akhir berupa produk atau layanan (He, Huang, Li, Shi, & Wu, 2018). Input utama dari produk ingkung ayam mBah Harno adalah ayam.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Produk output dari proses operasi adalah ingkung ayam utuh yang siap untuk dikonsumsi ataupun dikirim.

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) telah didefinisikan sebagai, dari perspektif nasional, kumpulan keterampilan, pengetahuan, kemampuan kreatif, dan bakat (Collings & Mellahi, 2013) yang diperoleh di dalam suatu organisasi. Tahapan dalam manajemen SDM yang dilakukan oleh Manajemen Resto Ingkung mBah Harno meliputi penerimaan dan seleksi, pelatihan, monitoring dan evaluasi pekerjaan, dan kompensasi.

3.5 Manajemen Keuangan

Pengelolaan keuangan dapat diartikan sebagai pengelolaan uang dan mengacu pada alokasi dana yang efektif dalam berbagai bentuk investasi (Purani, 2017) dan upaya penggalangan dana untuk membiayai investasi atau pengeluaran yang efisien (Wirasari & Sari, 2016). Sumber dana usaha Resto Ingkung mBah Harno berasal dari pemilik sendiri. Nilai modal awal usaha ini sebesar Rp50 juta. Modal tersebut digunakan untuk pembelian mesin produksi, peralatan, rehab gedung dan modal kerja.

3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan mendasarkan pada konsepsi teori perubahan terencana (Beňová & Greguš, 2012). Teori ini cenderung berfokus pada bagaimana perubahan dapat diimplementasikan organisasi. Teori perubahan menjelaskan kegiatan yang harus dilakukan untuk memulai dan melaksanakan perubahan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

organisasi dengan sukses (Vlados, 2019). Model umum perubahan terencana (*General Model of Planned Change*) (Tampubolon, 2020) terdiri dari tahapan: Memasuki dan Pemetaan (*Entering and contracting*), Diagnosa (*Diagnosing*), Merencanakan dan Implementasi Perubahan (*Planning and Institutionalizing Change*), Evaluasi dan ganti/perubahan lembaga (*Evaluating and Implementing Change*).

3.7 Business Model Canvas

Business Model Canvas dikenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010). Berikut ini adalah tabel *Business Model Canvas* dari bisnis Resto Ingkung mBah Harno.

Tabel 3. 2 Business Model Canvas

PARTNER KUNCI	AKTIVITAS UTAMA	PROPOSISI NILAI	HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN	SEGMENT PELANGGAN
<ul style="list-style-type: none"> - Pemasok bahan baku (ayam & bebek, Bumbu rempah, Sayuran, Kemasan). - Perusahaan pengguna produk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi ingkung ayam dan bebek, baik frozen maupun siap saji. - Dokumentasi setiap aktivitas untuk konten marketing di Media Sosial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Masakan ingkung yang sehat dan aman dikonsumsi semua kalangan usia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan gratis pengantaran dengan pembelian jumlah tertentu - Memberikan bonus masakan tradisional tertentu untuk pelanggan tertentu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Usia 30-65 tahun • ekonomi menengah keatas • sadar akan kesehatan dan berpola hidup sehat - B2B (<i>Business to Business</i>)
	SUMBER DAYA UTAMA <ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia - Rempah-rempah - Peralatan masak - Kemasan - Kendaraan 		SALURAN <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan media sosial dan jaringan personal untuk pemasaran - Mendistribusikan produk melalui reseller/Perusahaan lain. 	
STRUKTUR BIAYA <ul style="list-style-type: none"> - Biaya bahan baku - Upah karyawan - Biaya transportasi - Biaya listrik & internet 		ALIRAN PENDAPATAN <ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan kontrak penjualan dengan Perusahaan lain. - Pendapatan dari penjualan di tempat - Pendapatan dari Media Sosial 		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.1 Inovasi Produk

Terdapat lima hasil eksplorasi kreativitas. Pertama, menambah investasi untuk pembelian peralatan baru. Nilai investasi yang diperlukan untuk pembelian kompor api besar ini adalah senilai Rp400.000,00. Sedangkan nilai investasi untuk panci ukuran 70 liter adalah sebesar Rp3.600.000,00. Mesin vacuum sealer digunakan untuk membuat kemasan produk. Nilai investasi untuk pembelian mesin vacuum sealer adalah sebesar Rp1.500.000,00. Sedangkan plastik khusus vacuum kurang lebih senilai Rp500.000,00. Produk disimpan dalam mesin pendingin. Nilai investasi untuk pembelian mesin pendingin ini adalah sebesar Rp3.500.000,00. Produk yang telah selesai diproses menjadi beku, dapat dikirimkan kepada konsumen dengan menggunakan wadah box styrofoam. Nilai investasi yang diperlukan untuk box styrofoam kurang lebih sebesar Rp1.000.000,00.

Inovasi kreativitas selanjutnya adalah menciptakan produk ingkung dengan varian bebek. Bebek afkir berkisar antara Rp45.000,00 hingga Rp55.000,00 per ekor. Sedangkan harga bebek peking bisa mencapai di atas Rp60.000,00 per ekor. Inovasi kreativitas yang terakhir adalah dengan menambah jaringan pemasaran hingga ke Sumatera. Wilayah Sumatera yang dipilih adalah Kota Medan sebagai homebase usaha.

4.2 Manajemen Usaha

Usaha Resto Ingkung mBah Harno telah dimulai sejak tahun 2018. Usaha ini sebenarnya bermula dari kebiasaan mBah Harno Putri. Resep yang digunakan kala itu kemudian dikembangkan oleh anak-anak beliau sejak tahun 2018. Dengan menggunakan resep tersebut, Resto Ingkung mBah Harno memproduksi ingkung

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ayam selama ini. Saat ini penerus usaha adalah generasi ketiga dari mBah Harno, pemilik resep pertama. Dari aspek sumber daya manusia, pemilik Resto Ingkung mBah Harno mengalami kendala dalam mengelola karyawan, terutama untuk bidang produksi dan pengelolaan layanan di tempat. Pemilik mengambil kebijakan untuk mempekerjakan tenaga lokal/tetangga dekat. Kerja sama dengan Resto lain, seperti Resto Ono Kaline di Kulon Progo dalam pertukaran karyawan juga membantu Resto Ingkung mBah Harno dalam mengatasi permasalahan dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia ini, terutama dalam hal tenaga produksi dan pelayanan.

4.3 Manajemen Produksi

Manajemen produksi berfokus pada proses merubah input menjadi output yang dikehendaki. Output dari proses produksi ingkung ayam adalah ayam yang telah dimasak dengan bumbu ingkung sesuai dengan resep yang dimiliki oleh pemilik produk ingkung ayam mBah Harno. Sedangkan input produksi ingkung ayam terdiri dari bahan baku, tenaga kerja dan biaya overhead.

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen SDM di Resto Ingkung mBah Harno meliputi penerimaan dan seleksi, pelatihan, monitoring dan evaluasi pekerjaan, dan kompensasi. Penerimaan dan seleksi dilakukan dengan mengambil tenaga kerja dari lingkungan terdekat dengan tempat kedudukan Resto Ingkung mBah Harno. Setelah mereka direkrut, kemudian diberikan pelatihan singkat mengenai apa yang harus mereka kerjakan. Pelatihan yang diberikan mendasarkan pada *Standard Operating Procedure* (SOP)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang ada di Resto. *Monitoring* dan evaluasi pekerjaan dilakukan selama pekerja melakukan tugasnya, dan juga dikontrol dengan memperhatikan waktu sesuai kaidah standar waktu dalam proses produksi dan pelayanan pelanggan. Kompensasi diberikan dalam periode waktu bulanan atau per *job* yang mereka kerjakan. Karyawan bagian produksi menerima Rp50.000,00 per *job* yang mereka telah lakukan.

4.5 Manajemen Keuangan

Resto Ingkung mBah Harno sepenuhnya menggunakan modal sendiri senilai total Rp50.000.000,00. Modal tersebut digunakan untuk pembelian mesin produksi, peralatan, rehab gedung dan modal kerja. Berikut data penjualan yang terjadi selama kurun waktu tahun 2023.

Tabel 4. 1 Data Penjualan Ingkung Periode 2023

Data Penjualan Ingkung Periode 2023			
No. Konter	Volume Penjualan	Harga Jual (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1 Pusat (Barepan, Moyudan, Sleman)	1080	125.000,00	135.000.000,00
2 Konter Resto Ono Kaline (Kulon Progo)	902	125.000,00	112.750.000,00
3 Konter Medan	728	145.000,00	105.560.000,00
Nilai Total Penjualan		2710	353.310.000,00

Prognosa Laba Rugi tahun 2024 dibanding 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Periode 2023 dan Prognosa 2024

Laporan Laba Rugi		
Resto Ingkung mBah Harno Periode 2023 dan Prognosa 2024		
Penjualan	353,310,000.00	423,972,000.00
HPP	261,515,000.00	313,818,000.00
Laba Kotor	91,795,000.00	110,154,000.00
Beban Operasional	69,000,000.00	69,000,000.00
Laba Bersih	22,795,000.00	41,154,000.00

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Inovasi yang telah diterapkan dalam bisnis kuliner ingkung ayam oleh Resto Ingkung mBah Harno adalah dengan membuat varian ingkung ayam beku dengan kemasan yang dapat mempertahankan kebekuan produk selama dalam perjalanan pengiriman produk. Dalam jangka pendek, Resto Ingkung mBah Harno akan mendorong penjualan yang berpola B2B, seperti yang telah terjalin dalam satu tahun terakhir, yaitu dengan Resto Ono Kaline di Kulon Progo. Hotel dan penginapan dapat menjadi target pemasaran dengan pola Kerjasama jual beli secara B2B. Dalam jangka Panjang, Resto Ingkung mBah Harno akan terus berinovasi dengan membuat produk beku dengan bahan baku utama bebek, entok, kalkun dan ikan laut.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari proyek kewirausahaan di Resto Ingkung mBah Harno adalah sebagai berikut:

1. Inovasi selalu diperlukan untuk menjaga kesinambungan usaha dan menjaga kesetiaan pelanggan atas produk dari Resto Ingkung mBah Harno.
2. Konsistensi dan ketekunan dalam usaha diperlukan untuk menjaga keberlangsungan usaha hingga tujuan dari usaha tercapai dengan baik.
3. Manajemen usaha seperti pemasaran, produksi, operasi, keuangan dan sumber daya manusia tetaplah selalu diperhatikan secara baik agar masing-masing elemen dapat berjalan dan saling bersinergi dalam mencapai tujuan usaha yang diharapkan oleh pemilik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5.2 Saran

Saran bagi para pihak yang berkehendak untuk memulai usaha adalah sebagai berikut:

1. Bagi usahawan pemula, ketika memulai suatu bisnis/usaha yang diperlukan adalah keputusan untuk memulai dan kemudian melangkah step demi step menuju suatu titik tujuan usaha di masa depan.
2. Bisnis kuliner dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama manakala memiliki suatu ciri khas tertentu yang membedakan dengan produk sejenis lainnya. Selain itu, inovasi produk harus selalu dilakukan untuk tetap menjaga kontinuitas produk. Masukan dari para pelanggan sangatlah diperlukan untuk dapat mengikuti kehendak pasar. Adaptasi dan adopsi terhadap perkembangan teknologi yang ada juga diperlukan untuk menjamin adanya perubahan yang selalu mengikuti perkembangan zaman.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Daftar Pustaka

- Aritonang, S., & Respati, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Grab di Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil DI Yogyakarta*. (p. 50). Yogyakarta: Forum Manajemen Indonesia Korwil DI Yogyakarta.
- Beňová, E., & Greguš, M. (2012). Management of Innovation and Change in a Large Production Company. *Business Environment Horizons*, International Interdisciplinary Scientific Colloquium, 20-30.
- Collings, D. G., & Mellahi, K. (2013). Commentary on: 'Talent--Innate or Acquired? Theoretical Considerations and Their Implications for Talent Management'. *Human Resources Management Review*, Vol 24. No. 3., 322-325.
- Ferdiana, S. H., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). Pengaruh Saluran Distribusi dan Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Tas UMKM. *Prosiding Seminar dan Call for Papers Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil DI Yogyakarta* (p. 44). Yogyakarta: Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil DI Yogyakarta.
- Grozdanovska, V., Bojkovska, K., & Jankulovski, N. (2017). Financial Management and Financial Planning in the Organization. *European Journal of Business and Management*, Vol. 9. No. 2., 120-125.
- He, Y., Huang, H., Li, D., Shi, C., & Wu, S. J. (2018). Quality and Operations Management in Food Supply Chains: a Literature Review. *Hindawi Journal of Food Quality*, Vol. 2018, 1-14.
- Kairupan, D. J., & Yovanda, O. A. (2020). Pengaruh Public Relation, Advertising, dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil D.I Yogyakarta* (p. 39). Yogyakarta: FMI Korwil DI Yogyakarta.
- Kusumawati, T., Hatta, A. J., Marwanta, Y. Y., & Sabandi, M. (2024). Pengembangan Desain Motif Batik pada UKM Batik Metha Sembagi dengan Mengangkat Potensi Unggulan Desa Pandanrejo. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, Vol. 08. No. 02. Maret., 218-229.
- Lestari, T. I., & Yunita, L. (2020). The Implementation of SWOT Analysis as a Basis for Determining Marketing Strategies. *Enrichment: Journal of Management*, Vol. 10. Issue 2. May., 25-29.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Lewis, M. A. (2020). *Operatioins Management: A Research Overview*. Oxon: Routledge.
- Miswanto, Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. (2019). The effect of brand image, brand trust and reference group on the buying decision of sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management (IJFAM)*, Vol. 1. No. 2., 105-118.
- Osewa, O. S., & Osewa, O. T. (2020). Human Resource Management: Functions, Challenges and the Assessment of the Methods of Enhancing Employees Performances and Preventing Industrial Conflicts to its Bearable Minimum in an Organization. *International Journal of Applied Engineering and Management*, Vol. 4. No. 2. August., 96-110.
- Pratama, A., & Lindrianasari. (2014). Intellectual Capital, Kinerja Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 19 No. 1, Januari-Juli, 1-22.
- Purani, G. (2017). A Review Paper on Financial Management and Financial Manager. *International Journal of Research and Review*, Vol. 4. Issue 5. May., 37-39.
- Rustamadji, & Omar, C. M. (2019). The Effect Of Strategic Management, Organizational Commitment And Organizational Culture On Employees 'Work Achievement In Higher Education Muhammadiyah Indonesia. *Jurnal Pendidikan*, Vol. 7. No. 1. Januari., 30-39.
- Sajid, M. N., & Sigit, M. (2020). The Effect of Service Quality, food Quality, and Price Perception in Fast Food Restaurants Towards Behavior Intentions (Study case KFC in Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil DI Yogyakarta*. (p. 41). Yogyakarta: Forum Manajemen Indonesia Krowil DI Yogyakarta.
- Sukenti, S. (2023). Financial Management Concepts: A Review. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, Vol. 1. Issue 1. April., 13-16.
- Vlados, C. (2019). Change Management and Innovation in the "Living Organization": The Stra.Tech.Man Approach. *Management Dunamics in The Knowledge Economy*, Vol. 7 No. 2., 229-256.
- Wijaya, N. H. (2021). Proactive personality, voice behavior, and the roles of team social exchange. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 25. No. 2., 142 - 154.
- Wijaya, N. H., Haryokusumo, D., & Akbar, M. D. (2021). Employee involvement, job satisfaction, and in-role performance. *Diponegoro International Journal of Business*, Vol. 4. No. 1., 42-48.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Wirasari, N. P., & Sari, M. M. (2016). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Pertumbuhan Koperasi Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Akutansi Universitas Udayana*, Vol. 17.2. November, 852-884.

