

**LAPORAN HASIL PROJECT MANAJEMEN OPERASI
PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)**

“Nasi Uduk Trifira”

Laporan ini untuk memenuhi tugas kelompok mata kuliah Manajemen Operasional

Dosen Pengampu: Rosali Sembiring Colia, SE, MM



Disusun Oleh :

Riza Ghani Mustafa (2010111201)

Dini Maylina Putri (2010111203)

Nida Alwanuha Azzahra (2010111206)

Ananda Fatimah Khairunnisa (2010111237)

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr wb

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang maha kuasa, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada kami semua. Makalah ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktunya yang diharapkan makalah ini disusun untuk memenuhi tugas Mata Kuliah manajemen operasi.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen Mata Kuliah Manajemen Operasional, Ibu Rosali, SE., MM yang telah mengajar kami dalam Menyusun dan menyelesaikan tugas makalah ini

Dalam penulisan makalah ini penulis menyadari masih banyak kesalahan yang perlu di perbaiki bersama, untuk itu kritik dan sarannya perlu untuk disampaikan kepada kami. Agar penulisan makalah selanjutnya akan lebih baik dan sekaligus sebagai upaya perbaikan dan penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhirnya kurang dan lebihnya kami sampaikan banyak terima kasih, penulis berharap makalah ini bermanfaat bagi penulis sendiri lebih-lebih kepada seluruh pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum wr wb

Jakarta, 10 Desember 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pengambilan Objek	1
1.2 Tujuan Project	1
BAB 2 PROFIL PERUSAHAAN OBJECT	
2.1 Sejarah Perusahaan	3
2.2 Struktur Organisasi	4
2.3 Jenis Usaha, Perkembangan Usaha, Rencana Pengembangan	5
2.3.1 Jenis Usaha	5
2.3.2 Perkembangan Usaha	7
2.3.3 Rencana Pengembangan	8
BAB 3 SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL OBJEK	
3.1 Proses Operasional Produk	9
3.2 Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku	9
3.3 Kapasitas Produksi	10
3.4 Saluran Distribusi	10
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL	
4.1 Rekap Transaksi per Minggu	11
4.2 Capaian Hasil	13
4.3 Pembahasan Hasil Project Manajemen Operasional	13
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	14
5.2 Saran	14
DAFTAR PUSTAKA	15

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pengambilan Objek

Menurut Herjanto (2008) manajemen operasional adalah suatu proses yang berkesinambungan dan efektif dalam menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Heizer dan Render (2009:4) menyatakan bahwa manajemen operasional ialah sebuah serangkaian kegiatan yang menghasilkan sebuah nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah suatu input menjadi output. Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional yaitu pengelolaan penggunaan semua faktor produksi yang ada menjadi berbagai macam produk barang atau jasa.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang baik. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. Usaha kecil menengah menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UMKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah.

Hubungan baik akan tercipta bila sebuah usaha kecil menengah mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya adalah dengan produk yang hygiene, berkualitas, dan bervariasi serta kualitas pelayanan yang baik. Begitu pula dengan UMKM yang kami pilih yaitu nasi uduk Trifira.

1.2 Tujuan Project

- a. Mengetahui dan memahami strategi pemasaran UMKM nasi uduk Trifira

- b. Mengetahui dan memahami sistem serta proses operasional UMKM nasi uduk Trifira
- c. Menganalisis dan mengevaluasi pelaksanaan operasional UMKM nasi uduk Trifira

BAB 2

PROFIL PERUSAHAAN OBJEK

2.1 Sejarah Perusahaan

Usaha penjualan nasi uduk di Kota Bekasi sudah cukup lama dilakukan oleh sejumlah kalangan masyarakat baik untuk konsumsi masyarakat sekitar maupun sebagai buah tangan. Nasi uduk awalnya hanya sebagai menu sarapan, karena mudah diperoleh dan menjadi sumber energi untuk memulai aktifitas. Namun saat ini nasi uduk sudah menjadi makanan siap saji yang bisa diperoleh kapan saja dan ditemukan di berbagai tempat.

Salah satu penjual nasi uduk yang ada di Kota Bekasi adalah usaha nasi uduk Trifira yang terletak di Kota Bekasi tepatnya di Jl. Nyiur Raya AS16 No.12, RT.001/RW.010, Kec. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat. Usaha nasi uduk Trifira adalah usaha keluarga milik dari Kak Dinda yang diturunkan dari Ayahnya. Usaha ini merupakan usaha baru yang berdiri mulai dari pertengahan tahun 2021. Nasi uduk Trifira dapat disajikan dengan berbagai menu pendamping, diantaranya adalah tempe orek, semur jengkol, telur balado, bihun goreng dan lain sebagainya. Usaha ini dibuka setiap hari mulai dari jam 18.00-22.30 WIB. Selain itu, harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau mulai dari Rp 8.000 hingga Rp 16.000 per porsi sesuai dengan menu pendamping / lauk yang di inginkan.

Target sasaran usaha ini adalah masyarakat kelas bawah karena mereka hanya memilih makanan berpedoman pada rasanya yang enak dan murah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama mereka dalam membeli makanan. Untuk itulah nasi uduk Trifira menjual makanan yang memiliki rasa yang enak dengan harga yang cukup murah dan aman untuk dikonsumsi karena tidak menggunakan bahan makanan yang berbahaya, serta memiliki kandungan gizi yang cukup. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa pembelinya berasal dari kalangan menengah ke atas karena rasa dari nasi uduk Trifira yang dapat bersaing dengan para kompetitor sekitar.

Meskipun nasi uduk Trifira dapat dikatakan cukup murah, namun pemilik masih memperhatikan kebersihan tempat berjualan. Tempat berjualan yang bersih dan higienis mencerminkan kesehatan dari makanan yang dijual. Tentu hal ini akan membuat pembeli betah saat melakukan *dine in* atau makan di tempat. Selain itu, hal tersebut akan menambah poin lebih untuk nasi uduk Trifira karena masa pandemi seperti sekarang pembeli akan lebih selektif.

Dalam kegiatan promosinya, Nasi uduk Trifira memakai media social terutama Instagram di akun pribadi pemilik. Hal ini dipilih untuk memperkenalkan produk-produk yang dijual kepada masyarakat. Pelayanan dapat dilakukan saat *dine in* atau datang langsung ke tempat. Selain makan ditempat, pembelian juga dapat di *take away* atau bawa pulang. Nasi uduk Trifira saat ini juga mengandalkan aplikasi ekspedisi online untuk pembelian *take away* seperti Gofood dan Grabfood.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah garis hierarkis atau multi level yang menggambarkan komponen-komponen yang membentuk suatu perusahaan, dengan masing-masing individu atau SDM di dalam perusahaan tersebut memiliki posisi dan fungsinya masing-masing. Struktur organisasi dirancang untuk kepentingan perusahaan dengan mempekerjakan orang-orang berbakat sesuai dengan keahlian dan bidang pengetahuan mereka.

Dalam UMKM ini untuk struktur organisasinya belum terlalu terlihat karena bisnisnya hanya dijalankan oleh keluarga saja. Untuk menjalankan bisnis ini, biasanya mereka bergantian dalam berjualan. Contohnya jika Kak Dinda tidak bisa berjualan karena ada tugas kuliah, maka nantinya akan digantikan oleh Ayahnya. Jadi dapat dilihat bahwa dalam bisnis ini, selain menjadi pemilik (*owner*) mereka juga sekaligus mengambil peran kasir, koki, pelayan, dan *cleaning service*.

Berikut ini uraian masing-masing jabatannya:

a. Pemilik (*Owner*)

Pemilik merupakan orang yang mendirikan suatu usaha bisnis. Tugas dari seorang pemilik adalah:

1. Menemukan dan memutuskan kebijakan serta peraturan untuk menjalankan bisnisnya
2. Membuat dan menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan
3. Merencanakan dan mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk masa yang akan datang
4. Bertanggungjawab atas jalannya usaha

b. Kasir

Kasir merupakan orang yang bekerja untuk melayani pembayaran pelanggan. Beberapa tugas kasir lainnya adalah:

1. Menerima uang tunai atau pembayaran lainnya dan mengembalikan uang kembalian dengan benar
2. Menghitung uang di laci pada saat awal dan akhir penjualan setiap harinya

c. Koki

Koki merupakan orang yang menyiapkan makanan untuk disantap pelanggan. Koki harus bisa menyajikan makanan dan minuman dengan tepat waktu, enak, dan berkualitas. Tugas lain dari koki yaitu:

1. Memberikan kreasi dan menu baru terhadap makanan dan minuman yang disajikan
2. Menjaga keseluruhan kualitas bahan baku yang dijual
3. Memasak seluruh makanan yang ada di dalam bisnis tersebut
4. Memberikan masukan harga makanan pada menu makanan kepada *owner*

d. Pelayan

Pelayan merupakan orang yang bekerja di restoran, bar, atau kafe untuk melayani pelanggan yang datang. Tugas-tugasnya antara lain:

1. Menyambut tamu dan menerima pesanan minuman dan makanan
2. Memperhatikan kebutuhan tamu
3. Mengantarkan makanan ke pelanggan
4. Menata dan mengambil piring kotor pada meja yang sudah tidak ada pelanggannya

e. Cleaning Service

Cleaning service merupakan orang yang bertugas melakukan bersih-bersih. Untuk lebih mudah memahaminya, berikut ini beberapa tugas cleaning service:

1. Menjaga lingkungan bisnis agar tetap bersih dan teratur
2. Mengoperasikan pembersihan lantai dan peralatan pembersih lainnya: menyapu, mengepel, dan/atau membersihkan dekorasi-dekorasi yang berdebu

2.3 Jenis Usaha, Perkembangan Usaha, Rencana Pengembangan

2.3.1 Jenis Usaha

1. Perusahaan Perseorangan

Menurut (Purnomo et al., 2017) perusahaan Perseorangan merupakan salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan. Dengan tidak adanya pemisahan kepemilikan antara hak milik pribadi dengan milik perusahaan, maka harta benda pribadi juga merupakan kekayaan perusahaan. Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya. Tujuan utama didirikan perusahaan perseorangan adalah semata-mata hanya untuk mencari keuntungan.

2. Firma

Menurut (Sugiyanto & Nadi, 2020), firma adalah suatu bentuk perkumpulan usaha yang didirikan oleh beberapa orang dengan menggunakan nama bersama. Didalam firma semua anggota mempunyai tanggung jawab sepenuhnya baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap utang utang perusahaan pada pihak lain. Bila terjadi kerugian maka kerugian akan ditanggung bersama, bila perlu dengan seluruh kekayaan pribadi. Jika salah satu anggota keluar dari firma, firma otomatis bubar.

3. Perseroan Komanditer (CV)

Perseroan Komanditer (CV) merupakan suatu persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang yang masing-masing menyerahkan sejumlah uang dalam jumlah yang tidak perlu sama. Sekutu dalam Perseroan Komanditer ini ada dua macam, ada yang disebut sekutu komplementer yaitu orang-orang yang bersedia untuk mengatur perusahaan dan sekutu komanditer yang mempercayakan uangnya dan bertanggung jawab terbatas kepada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan (Sugiyanto & Nadi, 2020).

4. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas (PT). Badan jenis ini adalah suatu badan yang mempunyai kekayaan, hak, dan kewajiban yang terpisah dari yang mendirikan dan yang memiliki. Tanda keikutsertaan seseorang memiliki perusahaan adalah dengan memiliki saham perusahaan, makin banyak

saham yang dimiliki makin besar pula andil dan kedudukannya dalam perusahaan tersebut. Jika terjadi utang, maka harta milik pribadi tidak dapat dipertanggungjawabkan atas utang perusahaan tersebut, tetapi terbatas pada sahamnya tidak dapat dipertanggungjawabkan atas utang perusahaan tersebut, tetapi terbatas pada sahamnya saja (Sugiyanto & Nadi, 2020).

Sebelum menjalankan usaha, owner harus memahami dengan baik jenis-jenis usaha yang banyak dibutuhkan konsumen. Keberhasilan dalam melakukan kegiatan bisnis dipengaruhi oleh kemampuan seseorang dalam mengelola usahanya. Ada usaha yang dilakukan secara sendirian, ada pula yang dijalankan secara berkelompok. Untuk itu ada beberapa jenis usaha yang terdapat di Indonesia. Dalam buku *Bahas Tuntas 1001 soal IPS Sekolah Dasar* terbitan Forum Tentor (2009: 88), jenis-jenis usaha dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat Indonesia sangatlah beragam, mulai dari pertanian, perikanan, perdagangan, hingga jasa.

Menurut penjelasan di atas, berdasarkan pertemuan kami dengan Kak Dinda (pemilik nasi uduk Trifira), usaha untuk bisnisnya ini yaitu perusahaan perseorangan. Jenis usaha perseorangan yang dipakai dalam usaha ini adalah perdagangan. Perdagangan merupakan kegiatan usaha menyalurkan barang produksi dari produsen ke konsumen. Seseorang yang melakukan usaha di bidang ini disebut pedagang. Lebih jelasnya lagi, usaha dagang yang dilakukannya adalah bisnis kuliner. Kak Dinda termasuk dalam jenis usaha perdagangan karena ia menjual produk berupa nasi uduk kepada konsumen.

2.3.2 Perkembangan Usaha

Sebelumnya, pemilik hanya melakukan penjualan nasi uduk dari pesanan yang ditawarkan dari mulut ke mulut. Perkembangan usaha yang sudah dialami oleh nasi uduk Trifira sejauh ini adalah dengan berhasil membuka kedai sehingga pembeli dapat melakukan *dine in* atau makan di tempat. Kapasitas untuk melakukan *dine in* dapat menampung hingga 10 orang. Selain itu, promosi juga mengalami perkembangan yang tadinya hanya dari mulut ke mulut sekarang dilakukan secara digital dengan mempromosikan melalui akun media sosial pemilik. Hal ini tentu berdampak cukup signifikan terhadap perkembangan usaha nasi uduk Trifira. Selain dari segi tempat usaha dan

promosi, nasi uduk Trifira juga menambah variasi menu tambahan/lauk untuk menambah kepuasan pelanggan yang membelinya.

2.3.3 Rencana Pengembangan

Pengembangan usaha adalah penciptaan jangka panjang bagi organisasi dari pelanggan, pasar, dan interaksi di dalamnya. Pengembangan usaha bertujuan untuk mempertahankan usaha agar tetap produktif dan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Strategi pengembangan usaha harus dilakukan dari segi produk, sistem penjualan, integrasi dan sinergisme.

Berdasarkan hasil wawancara kami dengan Kak Dinda, ia sudah memiliki rencana pengembangan usaha, diantaranya:

1. **Segi produk.** Kak Dinda ingin mengembangkan produknya sesuai dengan selera pasar saat ini dan ia juga ingin mengembangkan produk baru yang inovatif dan efisien, sehingga produknya bisa berkualitas dan bisa dihasilkan dengan biaya yang lebih murah.
2. **Segi penjualan.** Owner ingin membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui penjualan dari media sosial dan memastikan kepuasan konsumen.
3. **Integritas.** Integritas yaitu mengembangkan bisnis dengan cara memperbesar perusahaan. Kak Dinda sendiri juga sudah memiliki rencana untuk mengembangkan bisnisnya yaitu ingin pindah ke tempat yang lebih luas dan nyaman.
4. **Sinergisme.** Sinergisme adalah membangun sinergi di dalam perusahaan dan memperluas jejaring sosial perusahaan. Disini owner memiliki rencana untuk bekerja sama dengan UMKM atau perusahaan lain untuk membuka pasar baru dan memperluas jangkauan pasar.

BAB 3

SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL OBJEK

3.1 Proses Operasional Produk

Proses operasional produk sejak awal penting untuk merencanakan produksi dan operasional usaha dalam sebuah aturan baku. Aturan ini sering dikenal dengan sebutan SOP (Standard Operating Procedure). SOP atau Standard Operating Procedure adalah standar yang dibuat sebagai aturan dan acuan pekerjaan - Kegunaan dari SOP untuk usaha kuliner adalah untuk membuat semua pekerjaan dalam usaha punya standar. Baik proses produksi dan operasional semua harus punya standar agar hasilnya selalu sama dan konsisten.

SOP yang diterapkan dalam proses produksi nasi uduk Trifira yaitu memiliki adanya standar dan aturan dalam resep, penggunaan bahan baku, serta cara memasak. Jika sebuah usaha masak dengan resep yang berbeda untuk produk yang sama tentunya hasilnya akan berbeda. Nasi uduk Trifira selalu berkonsisten dalam rasa dan porsi sehingga tidak ada rasa makanan yang lebih asin, besok lebih manis, besok lusa porsinya lebih kecil atau di hari lainnya bisa jadi porsinya lebih besar. Jika ini terjadi, tentu banyak pembeli yang akan bertanya - tanya kenapa setiap makan tidak mendapati produk yang sama rasanya.

Selain itu penggunaan merek bahan baku yang seringkali berbeda karena memang yang masih tersedia stok, juga kurang baik untuk kredibilitas sebuah usaha kuliner. Contohnya, merk kecap manis yang digunakan untuk memasak semur jengkol atau orek tempe selalu dari merk yang sama agar rasa manis yang dihasilkan sesuai dengan ketentuan rasa yang sudah ditetapkan.

3.2 Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku

Pemenuhan bahan baku merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Untuk memenuhi ketersediaan bahan baku, pemilik selalu memastikan bahwa semua bahan sudah lengkap. Bahan baku yang dibutuhkan tersedia banyak di pasar sehingga pembeliannya dilakukan setiap hari agar semua bahan terjamin kesegarannya. Kualitas pemilihan bahan baku pun selalu dipertahankan meskipun harga sedang mengalami kenaikan, namun pemilihan kualitas tetap menjadi fokus utama pemilik

nasi uduk Trifira. Selain itu penyimpanan bahan baku juga sangat diperhatikan agar menghindari kerusakan bahan baku.

3.3 Kapasitas Produksi

Meskipun saat ini masih menggunakan peralatan masak yang seadanya dan di masak sendiri oleh pemilik, nasi uduk Trifira tetap dapat menyajikan makanan baru masak dengan bahan baku yang memenuhi standar SOP setiap harinya hingga mencapai 20 porsi perhari untuk dijual.

3.4 Saluran Distribusi

Distribusi merupakan salah satu dari kegiatan ekonomi dalam penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Sementara saluran distribusi adalah saluran yang menjadi sarana produsen buat menyalurkan barang atau jasa ke konsumen.

Saluran Distribusi yang digunakan oleh pelaku UMKM ialah saluran distribusi langsung dari produsen ke konsumen, atau dalam artian konsumen akan bertransaksi atau berhubungan secara langsung kepada pihak penjual. Konsumen dapat langsung mendatangi tempat di mana UMKM didirikan. Nasi Uduk Trifira terletak di Kota Bekasi, Kecamatan Jatisampurna, yang mana konsumen dapat langsung mendatangi lokasi tersebut jika ingin menikmati Nasi Uduk Trifira.

BAB 4

HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL

4.1 Rekapitan Transaksi per Minggu

Nasi Uduk Trifira – Minggu ke 1

nama laporan		laporan penjualan (minggu ke - 1)		
periode		01 nov - 07 nov 2021		
nama menu	jumlah	harga satuan	diskon	total harga
nasi uduk polos	8	Rp 5,000.00	0	Rp 40,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek	4	Rp 8,000.00	0	Rp 32,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek + telur balado/semur	5	Rp 11,000.00	0	Rp 55,000.00
lauk tambahan				
semur jengkol (3 keping)	2	Rp 2,000.00	0	Rp 4,000.00
kentang balado	3	Rp 2,000.00	0	Rp 6,000.00
sate telur puyuh	2	Rp 2,000.00	0	Rp 4,000.00
semur tahu	1	Rp 2,000.00	0	Rp 2,000.00
ikan cue	3	Rp 3,000.00	0	Rp 9,000.00
telur balado/semur	1	Rp 3,000.00	0	Rp 3,000.00
ayam goreng paha atas	3	Rp 6,000.00	0	Rp 18,000.00
ayam goreng paha bawah	2	Rp 7,500.00	0	Rp 15,000.00
gorengan				
tempe	2	Rp 1,000.00	0	Rp 2,000.00
bakwan	4	Rp 1,000.00	0	Rp 4,000.00
total pemasukan				Rp 194,000.00
total diskon				0

Nasi Uduk Trifira – Minggu ke 2

nama laporan		laporan penjualan (minggu ke - 2)		
periode		08 nov - 14 nov 2021		
nama menu	jumlah	harga satuan	diskon	total harga
nasi uduk polos	8	Rp 5,000.00	0	Rp 40,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek	6	Rp 8,000.00	0	Rp 48,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek + telur balado/semur	4	Rp 11,000.00	0	Rp 44,000.00
lauk tambahan				
semur jengkol (3 keping)	4	Rp 2,000.00	0	Rp 8,000.00
kentang balado	3	Rp 2,000.00	0	Rp 6,000.00
sate telur puyuh	1	Rp 2,000.00	0	Rp 2,000.00
semur tahu	2	Rp 2,000.00	0	Rp 4,000.00
ikan cue	1	Rp 3,000.00	0	Rp 3,000.00
telor balado/semur	2	Rp 3,000.00	0	Rp 6,000.00
ayam goreng paha atas	3	Rp 6,000.00	0	Rp 18,000.00
ayam goreng paha bawah	2	Rp 7,500.00	0	Rp 15,000.00
gorengan				
tempe	4	Rp 1,000.00	0	Rp 4,000.00
bakwan	3	Rp 1,000.00	0	Rp 3,000.00
total pemasukan				Rp 201,000.00
total diskon				0

Nasi Uduk Trifira – Minggu ke 3

nama laporan		laporan penjualan (minggu ke - 3)		
periode		15 nov - 21 nov 2021		
nama menu	jumlah	harga satuan	diskon	total harga
nasi uduk polos	8	Rp 5,000.00	0	Rp 40,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek	7	Rp 8,000.00	0	Rp 56,000.00
nasi uduk + bihun + tempe orek + telur balado/semur	5	Rp 11,000.00	0	Rp 55,000.00
lauk tambahan				
semur jengkol (3 keping)	4	Rp 2,000.00	0	Rp 8,000.00
kentang balado	5	Rp 2,000.00	0	Rp 10,000.00
sate telur puyuh	3	Rp 2,000.00	0	Rp 6,000.00
semur tahu	2	Rp 2,000.00	0	Rp 4,000.00
ikan cue	1	Rp 3,000.00	0	Rp 3,000.00
telor balado/semur	2	Rp 3,000.00	0	Rp 6,000.00
ayam goreng paha atas	1	Rp 6,000.00	0	Rp 6,000.00
ayam goreng paha bawah	2	Rp 7,500.00	0	Rp 15,000.00
gorengan				
tempe	5	Rp 1,000.00	0	Rp 5,000.00
bakwan	3	Rp 1,000.00	0	Rp 3,000.00
total pemasukan				Rp 217,000.00
total diskon				0

4.2 Capaian Hasil

Dilihat dari hasil laporan penjualan dan transaksi penjualan produk selama 3 minggu, usaha dinilai dapat mencapai target bahkan melebihi target penjualan. Hal ini dikarenakan usaha dari penjual dalam pemasaran produknya melalui media sosial ataupun promosi word of mouth pada masyarakat sekitar. Selain itu lokasi yang strategis, juga satu-satunya usaha Nasi Uduk di daerah sekitarnya, membuat warga sekitar memilih Nasi Uduk Trifira menjadi pilihan terbaik jika ingin menyantap makanan khas betawi tersebut.

4.3 Pembahasan Hasil Project Manajemen Operasional

Berikut adalah rencana produksi yang dijalankan, diantaranya :

1) Kualitas

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan dengan Kak Dinda selaku owner dari nasi uduk trifira, sudah terjamin dari segi kualitas hingga kebersihannya. Karena warung nasi uduk ini memasak makanan yang disajikan di hari produk itu dijual, sehingga penyajian dalam keadaan baru atau fresh, bukan dalam keadaan produk yang sudah lama atau dalam artian makanan yang dipanaskan lalu dijual kembali. Dengan demikian, untuk rasa dapat dipastikan bisa memenuhi harapan pelanggan.

2) Lokasi

Untuk usaha nasi uduk trifira ini berlokasi di Kota Bekasi tepatnya di Jl. Nyiur Raya AS16 No.12, RT.001/RW.010, Kec. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat. Lokasi ini cukup ramai dan strategis karena banyaknya masyarakat yang lalu lalang di sekitar lokasi tersebut, dikarenakan tempatnya yang berada pada pinggir jalan sehingga memudahkan pelanggan untuk dapat membelinya secara langsung.

3) Cita Rasa

Cita rasa yang diberikan oleh usaha nasi uduk trifira ini sudah pasti yang terbaik dan sudah pasti masuk dalam lidah orang Indonesia. Serta bahan baku yang digunakan memang berkualitas sehingga dapat membuat cita rasa produk menjadi nikmat. Konsumen dapat langsung melihat bagaimana penyajian penjual atas pesanan yang diterimanya. Dapat dilihat pula kebersihannya karena penjualpun juga memakai sarung tangan plastik dalam penyajian tersebut.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa pada era ini maraknya segala bisnis atau usaha yang dijalankan oleh masyarakat. Pada makalah ini berisi bahasan mengenai usaha Nasi Uduk, yang mana Nasi Uduk adalah makanan khas Indonesia, nasi uduk dikenal luas dalam budaya melayu. Dalam hal ini, tidak sedikit masyarakat yang menyukai makanan khas Indonesia tersebut selain karena rasanya yang enak, harganya pun juga terjangkau. Usaha Nasi Uduk Trifira terletak di Kota Bekasi tepatnya di Jl. Nyiur Raya AS16 No.12, RT.001/RW.010, Kec. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat. Setiap harinya produk tersebut terjual kurang lebih 20 porsi yang tentunya jumlah tersebut cukup memenuhi target penjual. Nasi uduk trifira merupakan nasi uduk malam yang buka dari jam 17.00-22.30 WIB, oleh sebab itu target penjualannya jauh berbeda dengan usaha nasi uduk yang buka dalam kurun waktu dari pagi hingga petang atau bahkan hingga malam. Dijualnya Nasi Uduk dengan kualitas terbaik karena owner secara langsung memilih dan membeli bahan baku dengan kualitas yang terbaik. Serta harga yang ditawarkan cukup terjangkau, karena sebelum owner membuat rincian harga terhadap apa yang dijual atau ditawarkan kepada konsumen, owner kerap melakukan observasi mengenai harga pasaran pada usaha Nasi Uduk.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian kami mengenai usaha nasi uduk trifira ini, adanya persaingan yang ketat yang akan menjadi resiko terbesar bagi usaha ini. Oleh karena itu, disarankan agar penjual dapat mampu memberikan inovasi baru atau dikombinasikan dengan hal baru terhadap produk yang dijualnya, sehingga konsumen dapat membedakan nasi uduk trifira ini dengan nasi uduk yang lain karena keunikan atau keinovasian yang dapat usaha ini berikan.

DAFTAR PUSTAKA

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8111/04.2%20bab%202.pdf.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

<https://media.neliti.com/media/publications/3504-ID-profil-usaha-nasi-kuning-di-kecamatan-tuminting-kota-manado-studi-kasus-nasi-kun.pdf>

<http://dewisulastri04.blogspot.com/2017/02/proposal-usaha-warung-makan-nasi-kuning.html>


http://eprints.ums.ac.id/30313/2/Bab_1.pdf

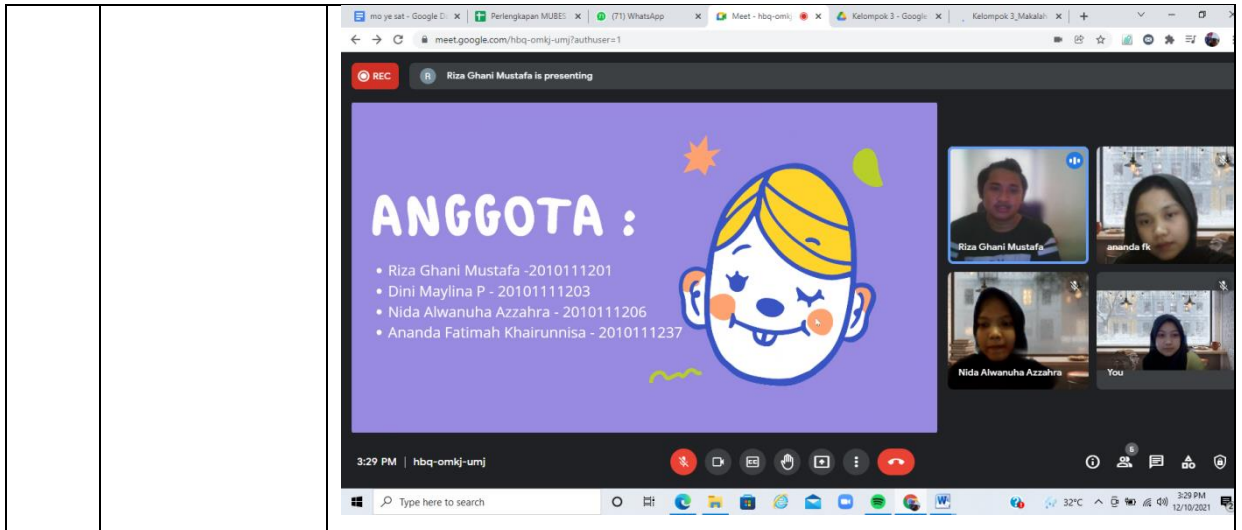
<https://www.pressreader.com/indonesia/saji/20150429/282329678494761>

<https://kumparan.com/kabar-harian/jenis-jenis-usaha-dalam-kegiatan-ekonomi-1wrHuaNpKkL/2>

CACATAN HARIAN KEGIATAN (LOOKBOOK)

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	10 / 10 / 2021	<p>Catatan : Melakukan Koordinasi dengan kelompok</p> <p>Dokumen Pendukung</p> 
2.	01 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan Pemetaan Wilayah</p> <p>Dokumen Pendukung</p> 
3.	07 / November/ 2021	<p>Catatan : Survei sekaligus wawancara dengan pelaku UMKM</p> <p>Dokumen Pendukung :</p>


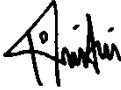


		
4.	01 / 12 / 2021	<p>Catatan : wawancara kembali dengan pelaku UMKM</p> <p>Dokumen Pendukung</p> 
5.	10 / 12 / 2021	<p>Catatan : Melakukan presentasi laporan project manajemen operasi</p> <p>Dokumen Pendukung</p>



DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Minggu / 7 November 2021

KEGIATAN : Survei sekaligus wawancara dengan pelaku UMKM

NO	NIM	NAMA	TANDATANGAN	
1.	2010111201	Riza Ghani Mustafa	1. 	
2.	2010111203	Dini Maylina Putri		2. 
3.	2010111206	Nida Alwanuha Azzahra	3. 	
4.	2010111237	Ananda Fatimah Khairunnisa		4. 

Jakarta, 07 November 2021

Mengetahui

Ketua Project



(Riza Ghani Mustafa)

Koordinator Wilayah


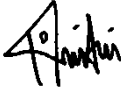




(Nida Alwanuha Azzahra)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Rabu / 1 Desember 2021

KEGIATAN : Wawancara kembali dengan pelaku UMKM

NO	NIM	NAMA	TANDATANGAN	
1.	2010111201	Riza Ghani Mustafa	1. 	
2.	2010111203	Dini Maylina Putri		2. 
3.	2010111206	Nida Alwanuha Azzahra	3. 	
4.	2010111237	Ananda Fatimah Khairunnisa		4. 

Jakarta, 01 Desember 2021

Mengetahui

Ketua Project



(Riza Ghani Mustafa)

Koordinator Wilayah



(Nida Alwanuha Azzahra)