

LAPORAN AKHIR
PROGRAM IPTEK BAGI MASYARAKAT



PENINGKATAN KINERJA UKM *KAMILA EDUTOYS CENTER*
SURABAYA MELALUI PEMBUATAN BUSINESS PLAN DAN
PROFIL USAHA

Oleh:

Dra.Sudar Itafarida, M.Hum 131 836 628

Achmad Syafii, S.E., M.E 132 161 182

Edi Dwi Riyanto, S.S., M.Hum 132 255 153

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional,
sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Program Pengabdian kepada Masyarakat

Nomor : 144/SP2H/PPM/DP2M/VIII/2010, tanggal 24 Agustus 2010

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Airlangga

SURABAYA

2010

LAPORAN AKHIR

PROGRAM IPTEK BAGI MASYARAKAT



KKE
dkk
12/150/11
Ita

PENINGKATAN KINERJA UKM KAMILA EDUTOYS CENTER SURABAYA MELALUI PEMBUATAN BUSINESS PLAN DAN PROFIL USAHA

Oleh:

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI
SURABAYA

Dra.Sudar Itafarida, M.Hum 131 836 628

Achmad Syafii, S.E., M.E 132 161 182

Eci Dwi Riyanto, S.S., M.Hum 132 255 153

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional,
sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Program Pengabdian kepada Masyarakat

Nomor : 144/SP2H/PPM/DP2M/VIII/2010, tanggal 24 Agustus 2010

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Airlangga

SURABAYA

2010

HALAMAN PENGESAHAN

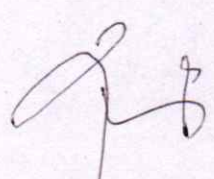
1. Judul : Peningkatan Kinerja UKM Kamila Edutoys Center Surabaya Melalui Pembuatan Business Plan dan Profil Usaha
2. Unit Lembaga Pengusul : Fakultas Ilmu Budaya Unair
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Dra. Sudar Itafarida, MHum
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 195901201989032001
 - d. Pangkat/Golongan : IVa
 - e. Jabatan : Lektor
 - f. Alamat Kantor : Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga Jalan Darmawangsa Dalam (031) 5035676, fax. 5035807
 - g. /Telp/Faks/E-mail
 - h. Alamat Rumah : Jl. Bangka 54, Gresik
 - i. /Telp/Faks/E-mail
4. Jumlah Anggota Tim Pengusul (Staf Pengajar) : 2 orang
5. Rencana Belanja Total
 - a. Dikti : Rp 50.000.000,-
 - b. Perguruan Tinggi : Rp -
 - c. Kredit Usaha : Rp -
 - d. Sumber Lain (*apabila ada*) : Rp -
6. Belanja Tahun I
 - a. Dikti : Rp 50.000.000,-
 - b. Perguruan Tinggi : Rp -
7. Tahun Pelaksanaan : 2010

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu
Budaya



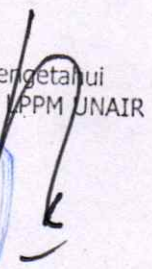
Drs. Aribowo, M.Si
NIP. 195808011985021002

Surabaya, 14 Desember 2010
Ketua Tim Pengusul



Dra. Sudar Itafarida, M.Hum
NIP. 195901201989032001

Mengetahui
Ketua LPPM UNAIR

Dr. Djoko Agus Purwanto, Apt., M.Si
NIP. 195908051987011001

1. Judul kegiatan : Peningkatan Kinerja UKM Kamila Edutoys Center Surabaya Melalui Pembuatan Business Plan dan Profil Usaha
2. Mitra Kegiatan : Usaha Mikro/Kecil
 Kelompok Masyarakat
 Pesantren
 Lainnya (sebutkan)
- 2.1. Jumlah Mitra : 0 orang
 1 lembaga UKM
- 2.2. Pendidikan Mitra : S3 -----orang
 S2 -----orang
 S1 3 orang
 Diploma 2 orang
 SMA 1 orang
 SMP-----orang
 SD-----orang
 Tidak Be pendidikan-----orang
3. Persoalan Mitra : Teknologi
 Manajemen
 Sosial-ekonomi
 Hukum
 Keamanan
 Lainnya (pemasaran)
4. Status Sosial Mitra : Pengusaha Mikro
 Anggota Koperasi
 Kelompok Tani/Nelayan
 PKK/Karang Taruna
 Lainnya
5. Lokasi
- 5.1. Jarak PT ke Lokasi Mitra : 12 km
- 5.2. Sarana transportasi : angkutan umum motor
 jalan kaki
- 5.3. Sarana Komunikasi : Telepon Internet Surat Fax
 Tidak ada sarana komunikasi
6. Tim I_bM
- Jumlah dosen : 3 orang
 - Jumlah mahasiswa : 5 orang
 - Gelar akademik Tim : S3 -----orang
 S2 3 orang
 S1 -----orang
 GB -----orang
 - Gender : Laki-laki 2 orang
 Perempuan 1 orang
 - Prodi/Fakultas/Sekolah : Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya,
 Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan
 Bisnis, Unair

7. Aktivitas I_bM
- 7.1. Metode Pelaksanaan Kegiatan : Penyuluhan/ Penyadahan
 Pendampingan
 Pendidikan
 Demplot
 Rancang Bangun
 Pelatihan Manajemen Usaha
 Pelatihan Produksi
 Pelatihan Administrasi
 Pengobatan
 Lainnya (lokakarya)
(Dapat memilih lebih dari satu)
- 7.2. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan : 3 bulan 6 bulan 8 bulan
- 7.3. Evaluasi Kegiatan :
- a) Keberhasilan : berhasil gagal
- b) Indikator Keberhasilan :
- c) Keberlanjutan Kegiatan di Mitra : berlanjut berhenti
8. Biaya Program
- 8.1. DIPA DP2M : Rp 50.000.000,-
- 8.2. SUMBER LAIN : Rp -----
- 8.3. Likuiditas Dana Program
- a) Tahapan pencairan dana : mendukung kegiatan di lapangan
 mengganggu kelancaran kegiatan di lapangan
- b) Jumlah dana : Diterima 100%
 Diterima < 100%
9. Kontribusi Mitra
- a) Peran Serta Mitra Dalam Kegiatan : Aktif
 Pasif
 Acuh tak acuh
 Menyediakan dana ekstra
 Menyediakan bahan yang diperlukan
 Lainnya
- b) Peranan Mitra : Menetapkan teknis pelaksanaan
 Mengubah strategi pendekatan di lapangan
 Objek Kegiatan
 Subjek Kegiatan
10. Alasan Kelanjutan Kegiatan Mitra : Permintaan Masyarakat
 Keputusan bersama
11. Usul penyempurnaan program I_bW
- a) Model Usulan Kegiatan : -
- b) Anggaran Biaya : -
- c) Lain-lain : Waktu mohon lebih diperpanjang
12. Dokumentasi
- a) Produk/kegiatan yang dinilai bermanfaat dari berbagai perspektif : Business plan dan company profile audio visual

- b) Potret permasalahan lain yang terekam : UKM masih menjadi sampingan, kemampuan teknis masih belum memadai

3. EVALUASI KINERJA PROGRAM

3.1. Indikator Kinerja

Berdasarkan proposal indikator kinerja kegiatan ini adalah sebagai berikut:

no	target	Capaian	Persentase
1	Business plan	Business plan	100%
2	company profile audio visual	company profile audio visual	100%

Impact factor (keberlanjutan kegiatan atau ketepatan solusi)

Keberhasilan program IoM ini telah memicu semangat usaha pada Kamila Edutoys. Selanjutnya pihak Kamila Edutoys berharap agar kegiatan serupa bisa dilaksanakan lagi di masa datang. Yang dibutuhkan untuk memperkuat usaha Kamila Edutoys antara lain adalah katalogisasi dan inventarisasi produk, pembenahan keuangan, dan penyusunan data base. Pihak Kamila sangat berharap agar hal-hal tersebut dapat dilakukan di masa datang.

Produktivitas (Jumlah artikel/kegiatan)

Satu artikel

LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN

PENINGKATAN KINERJA UKM *KAMILA EDUTOYS CENTER*

SURABAYA MELALUI PEMBUATAN BUSINESS PLAN

DAN PROFIL USAHA

SURABAYA

I. ANALISIS SITUASI

Anak-anak adalah generasi penerus bangsa. Untuk menjadikannya generasi penerus yang mempunyai kecerdasan intelegensi, spiritual, dan emosi kita harus memperhatikan *golden age* mereka. Di dalam *golden age* ini lah berbagai kecerdasan anak bisa dirangsang dan dikembangkan. Namun hal ini tentu dengan tidak mengesampingkan dunia anak itu sendiri, dunia bermain.

Bermain dalam dunia anak bisa mereka lakukan dalam banyak hal, misalnya bermain mobil-mobilan, bermain *puzzle*, bermain kelereng, bermain sepeda, nonton TV, play station dan masih banyak lagi lain. Berbagai permainan tersebut bisa berefek negative juga positive terutama dalam usaha merangsang *multiple intelligence* anak. Nonton tv dan *play station* misalnya efek negatifnya lebih banyak dibanding positifnya. Oleh karenanya perangsangan kecerdasan sebaiknya diarahkan menggunakan berbagai media edukatif antara lain, alat peraga edukatif, dan vcd pengetahuan yang menarik. Menurut Gardner (1983), ada 8 *multiple intellegance* yang disarankan untuk dirangsang sejak dini yaitu:

1. Linguistic intelligence ("word smart"):
2. Logical-mathematical intelligence ("number/reasoning smart")
3. Spatial intelligence ("picture smart")
4. Bodily-Kinesthetic intelligence ("body smart")
5. Musical intelligence ("music smart")
6. Interpersonal intelligence ("people smart")
7. Intrapersonal intelligence ("self smart")
8. Naturalist intelligence ("nature smart")

Pentingnya pendidikan anak sejak dini dalam mengisi *golden age* (0-5 th) terutama dalam merangsang delapan kecerdasan anak tersebut sudah mulai meningkat dewasa ini. Hal ini ditandai dengan menjamurnya PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) di tengah-tengah masyarakat di tingkat RT/RW baik di kota maupun di desa. Selain PAUD kesadaran akan pentingnya pendidikan anak sejak dini juga ditandai dengan meningkatnya jumlah Kelompok Bermain (KB) dan Taman Kanak-kanak (TK).

Namun sayang, naiknya jumlah PAUD, KB, dan TK tersebut tidak diimbangi dengan sarana dan prasarana pendidikan terutama di PAUD, KB, TK yang didirikan atas swadaya masyarakat. Padahal dalam pendidikan anak usia dini sarana dan prasarana khususnya mainan edukatif sangat penting dalam merangsang *multiple intelligence* anak.

Merujuk pada hal itulah *Kamila Edutoys Center* hadir sebagai UKM yang bergerak dibidang penyediaan berbagai mainan edukatif. Lebih dari itu kami juga ingin berperan mengedukasi masyarakat akan pentingnya merangsang *multiple*

intelegence anak sejak dini dengan menggunakan berbagai media edukatif khususnya alat peraga dan permainan edukatif.

Sesuai dengan namanya, usaha keluarga yang belum lama dirintis ini mempunyai mimpi besar menjadi pusat mainan dan alat peraga edukatif yang terbesar dan terlengkap khususnya di Surabaya dan Jawa Timur pada umumnya sehingga menjadi rujukan bagi sekolah-sekolah dan para orang tua dalam mencari mainan edukatif bagi buah hatinya. Lokasi usaha ini berada di Jl Jambangan Kebon Agung Asri Kav. 21 Surabaya Jawa Timur, sekitar 1 km arah ke utara dari Masjid Agung Surabaya.

Ide untuk menjalankan usaha ini berawal ketika kami kesulitan mencari mainan edukatif untuk buah hati kami di toko mainan di sekitar kami tinggal. Selanjutnya dari survey pasar kecil-kecilan yang kami lakukan kami berkesimpulan bahwa usaha mainan edukatif mempunyai prospek bisnis yang cukup bagus. Dengan penuh semangat, meski tanpa business plan yang belum begitu jelas kami memulai usaha ini dengan mencari data dan informasi tentang mainan edukatif melalui internet. Dari informasi dari internet itulah kami mendapatkan info produsen mainan edukatif beserta produk-produknya. Dan dengan bermodal awal berupa pinjaman senilai Rp 10.000.000,- kami pun memulai usaha ini sejak pertengahan Pebruari 2009.

Lebih lanjut setelah mengamati perilaku orang tua di sekitar kami tinggal yang lebih senang membelikan putra-putranya mainan non edukatif, kami semakin tertantang untuk mengembangkan usaha ini. Ada dua kemungkinan para orang tua tersebut lebih condong membelikan anak-anaknya mainan non edukatif.

Yang pertama dari segi harga mainan non edukatif relatif lebih terjangkau. Yang kedua mereka belum tahu bahwa ada berbagai mainan edukatif yang lebih banyak membawa manfaat bagi perkembangan kognitif, motorik halus, motorik kasar dan perkembangan *multiple intelligence* yang lain meski harganya agak lebih mahal.

Kondisi diatas mendorong kami untuk terus mengedukasi masyarakat tentang peranan mainan edukatif terhadap perkembangan anak melalui usaha ini. Selain itu, kami berupaya mencari mitra produsen lokal sehingga harga jual ke konsumen bisa lebih ditekan, dan mainan edukatif pun bisa lebih banyak diminati oleh para orang tua. Selama ini, produk mainan kami order dari Bekasi yaitu Haula Toys dan Malva Kayla Toys. Dengan menggandeng produsen lokal, kami berharap bisa terjadi mutual benefit diantara kedua belah pihak. Produsen lokal terbantu memasarkan produknya, dan kami bisa lebih gampang menjual ke konsumen karena harga lebih terjangkau. Pada akhirnya taraf hidup bisa meningkat karena usaha semakin maju. Dan ini sesuai dengan misi usaha kami yaitu menjalin kemitraan dengan produsen APE lokal untuk menumbuhkan kembangkan potensi ekonomi serta sumber daya manusia daerah.

Modal awal Rp 10.000.000,- kami gunakan untuk order awal mainan dan alat peraga edukatif dari mitra produksi kami Haula Toys dan Malva Kayla yang berlokasi di Bekasi, satu perangkat komputer untuk memudahkan administrasi barang dan keuangan usaha dan etalase untuk memajang produk-produk APE yang ditawarkan. Selain itu, modal awal itu juga digunakan untuk menggaji beberapa orang 'karyawan' yang akan menjalankan usaha ini terutama dalam memasarkan produk ke sekolah, pameran mau pun bazaar yang potensial untuk diikuti. Ada

pun keseluruhan usaha ini dijalankan oleh 4 orang, yaitu M. Ikhwan Wahyudi sebagai pemilik usaha, Mahbub sebagai marketing yang menawarkan produk ke sekolah-sekolah, Esti sebagai staf keuangan yang mencatat semua jenis transaksi keuangan, dan Erna sebagai staf administrasi yang mencatat, memartau dan mengorder produk, selain itu juga staf marketing khususnya ketika ada bazaar atau pameran.

Sebagai penunjang aktivitas marketing kami juga membuat brosur, dan katalog produk untuk memudahkan konsumen melihat dan memilih produk-produk yang kami tawarkan. Selain itu kami juga memasang *banner* di depan lokasi usaha agar target market yang kami bidik yaitu guru KB, TK dan orang tua yang mempunyai komitmen tinggi akan perkembangan kognitif anak-anaknya dapat mengetahui keberadaan kami

II. PERMASALAHAN MITRA

Usaha ini telah berjalan sejak Februari 2009. Boleh dikata usaha ini masih dalam tahap merintis atau membangun sebuah bisnis. Aktivitas usaha yang selama ini telah dilakukan antara lain:

II.1. Order barang

Untuk order barang kami bermitra dengan dua mitra yang memproduksi berbagai APE yang ada di Bekasi yaitu Haula Toys untuk APE dari bahan kayu dan Malva Kayla untuk APE dari bahan non kayu (kain). Order pertama kami

kepada Haula Toys senilai Rp. 2.500.000, dengan rabat 20-25 %. Setelah melihat perkembangan pasar, kami menambah variasi APE yang ada yaitu dari bahan kain yang kami order dari Malva Kayla Toys dengan rabat 30%. Untuk order APE di kedua mitra produksi ini relative tidak ada masalah karena stok selalu tersedia dan pengirimannya pun tidak memakan waktu lama, maksimal 3 hari.

II.2. Promosi

Aktivitas promosi yang telah dilakukan selama tiga bulan terakhir adalah

1. Menawarkan produk APE ke PAUD, KB, TK yang ada di Surabaya dengan menggunakan catalog produk dan membawa contoh produk. Aktivitas promosi ini terkendala oleh produk yang ditawarkan lumayan mahal, terutama bagi konsumen individu/orang tua. Dan disekolah-sekolah yang dikunjungi sudah terdapat mainan atau pun alat peraga edukatif yang disuplai oleh orang lain. Selain itu pengadaan mainan dan alat peraga edukatif oleh sekolah dalam jumlah besar dilaksanakan menjelang tahun ajaran baru tiba dan pada sekolah tertentu harus mendapat persetujuan pengurus sekolah.
2. Mengikutsertakan barang pada acara bazar/pameran di sekolah atau mall dengan system bagi hasil keuntungan dari barang yang terjual.
3. Menitipkan barang di toko buku milik kolega
4. Open table di acara parenting skill yang diadakan oleh kolega

Kendala yang dihadapi dengan melakukan aktivitas promosi diatas antara lain:

- 1 Produk yang ditawarkan lumayan mahal, terutama bagi konsumen individu/orang tua. Dan disekolah-sekolah yang dikunjungi sudah terdapat mainan atau pun alat peraga edukatif yang disuplai oleh orang lain.
- 2 Selain itu pengadaan mainan dan alat peraga edukatif oleh sekolah dalam jumlah besar dilaksanakan menjelang tahun ajaran baru tiba dan pada sekolah tertentu harus mendapat persetujuan pengurus sekolah.
- 3 Barang tersebar di berbagai tempat sehingga persediaan barang yang ada di lokasi usaha sedikit dan cenderung tidak ready stock

II.3.Manajemen usaha

Belum ada laporan keuangan yang baik, akibatnya meski diusahakan terpisah, keuangan usaha sedikit banyak terkadang tercampur dengan uang kebutuhan keluarga. Selain itu belum ada rencana bisnis ke depan yang karena tidak adanya business plan yang konkret.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik benang merah bahwa dalam menjalankan usaha ini ada 2 masalah utama yang dihadapi beserta solusi yang diinginkan:

1. Pemasaran

Target pasar *Kamila Eautoys Center* adalah PAUD, KB, TK yang ada di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Aktivitas pemasaran yang telah dilakukan selama ini yaitu dengan mendatangi langsung ke beberapa institusi sekolah

tersebut, mengikuti bazar yang diadakan sekolah, pameran di mall, dan acara-acara tertentu, serta menitipkan produk di toko buku rekan dengan sistem konsiyasi. Sedangkan *marketing tools* yang digunakan adalah brosur dan katalog produk.

Dengan aktivitas pemasaran tersebut omset yang diperoleh masih sangat kecil yaitu kisaran Rp. 300.000 per bulan. Usaha ini berjalan sangat lambat. Dengan modal awal Rp.10.000.000, usaha yang diawali sejak Pebruari 2009 ini membutuhkan sebuah terobosan yang jitu dalam memasarkan produknya misalnya dengan pembuatan profil usaha dan pembuatan blog yang mengulas berbagai produk yang ditawarkan.

2. Pengembangan bisnis

Pengembangan bisnis merupakan masalah utama berikutnya yang kami hadapi. Masalah ini terutama dikarenakan tidak adanya manajemen keuangan yang bagus dan belum adanya *business plan* yang jelas di dalam menjalankan usaha ini.

Manajemen keuangan menjadi masalah karena data keuangan yang ada hanya data order dan penjualan barang. Data-data lain seperti laporan laba rugi, hutang, masih belum tersedia sehingga posisi usaha dalam keadaan untung atau rugi tidak secara mudah diketahui.

Sementara belum adanya *business plan* yang jelas semakin membuat pengembangan usaha ini tidak jelas seperti apa dan mau dibawa kearah mana

sehingga menjadikan bisnis ini stagnan. Solusi yang diinginkan adalah diadakannya pelatihan tentang cara membuat business plan dan manajemen keuangan usaha yang baik.

III. SOLUSI YANG DITAWARKAN

III.1. Metode Pendekatan

Belakangan ini banyak diungkapkan bahwa UKM memiliki peran penting bagi masyarakat di tengah krisis ekonomi. Dengan memupuk UKM diyakini pula akan dapat dicapai pemulihan ekonomi (Kompas, 14/12/2001). Hal serupa juga berlaku bagi sektor informal. Usaha kecil sendiri pada dasarnya sebagian besar bersifat informal dan karena itu relatif mudah untuk dimasuki oleh pelaku-pelaku usaha yang baru. Pendapat mengenai peran UKM atau sektor informal tersebut ada benarnya setidaknya bila dikaitkan dengan perannya dalam meminimalkan dampak sosial dari krisis ekonomi khususnya persoalan pengangguran dan hilangnya penghasilan masyarakat.

UKM boleh dikatakan merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis yakni dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Dengan hal ini maka persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya adalah juga dalam hal pendapatan. Bagaimana dengan anjloknya pendapatan masyarakat yang tentu saja mengurangi daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang sebelumnya banyak disuplai oleh usaha berskala besar? Bukan tidak mungkin

produk-produk UKM justru menjadi substitusi bagi produk-produk usaha besar yang mengalami kebangkrutan atau setidaknya masa-masa sulit akibat krisis ekonomi. Jika demikian halnya maka kecenderungan tersebut sekaligus juga merupakan respon terhadap merosotnya daya beli masyarakat.

Menurut hasil sebuah penelitian yang dilakukan oleh UNAIR, Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam masa krisis, telah menunjukkan ketahanannya menghadapi gejolak makro. Skala usaha tersebut mampu bertahan dan bahkan tumbuh dengan sangat signifikan. Jawa Timur pada tahun 1999-2002 (berdasarkan data statistik) menunjukkan bahwa pada tahun tersebut peranan UKMK dalam perekonomian moneter (PDRB ADHB) besarnya sekitar 52 persen, walaupun secara dil (PDRB ADHK) besarnya sekitar 50 persen. Kemudian jika diperhatikan setiap tahunnya nilai tambah UKMK terhadap PDRB Jawa Timur mengalami peningkatan yang cukup signifikan apabila dibandingkan dengan tahun 1999 yang hanya 1,4% Peningkatan tersebut adalah : sebesar 5,2% pada tahun 2002, 5,32% tahun pada 2001, 3,59% pada tahun 2000. kondisi tersebut sangat ironis dengan banyaknya kelemahan UKM baik dari sisi SDM maupun sumber daya produksi lainnya.

Saat ini menurut Braman Seryo, Kepala Dinas Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah (PKM) Propinsi Jatim, di Jatim terdapat 2.320.000 Pengusaha Kecil Menengah (PKM) dan tersebar di berbagai sektor usaha. Pengusaha Kecil (PK) di Jatim yang beromset kurang dari Rp 50 juta sebanyak 2.269.952 orang, beromset antara Rp 50-500 juta sebanyak 47.624 orang, beromset Rp 500 juta- Rp

2 miliar sebanyak 1.920 orang dan beromset lebih dari Rp 2 miliar sebanyak 540 pengusaha menengah (PM).

Dikatakan Braman Setyo, pembangun UKM di Jatim terkendala oleh beberapa hal di antaranya, masalah rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), rendahnya manajemen usaha, daya saing produk, akses permodalan dan belum optimalnya jaringan kerjasama usaha.

Dari uraian di atas maka secara ringkas metode penyelesaian masalah yang ditawarkan mengandung dua titik tekan sekaligus yaitu internal dan eksternal. Secara internal akan dilakukan pembenahan spirit bisnis melalui pemouatan business plan dan secara eksternal akan dilakukan pembenahan marketing melalui pembuatan profil usaha.

III. 2. Langkah kegiatan

Kegiatan yang dirancang dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

- a. Setelah diketahui proposal disetujui, maka akan dilakukan diskusi mendalam untuk lebih mempertajam pemahaman tentang permasalahan seperti yang telah disebutkan di atas.
- b. Selanjutnya akan dilakukan pembenahan manajemen melalui pelatihan pembuatan 'business plan'. Pelatihan ini menekankan pada peningkatan kemampuan perencanaan sebagai bagian penting dari manajemen. Diharapkan dalam perancangan ini Mitra akan mampu memahami diri sendiri, pesaing, peluang, dan hambatan baik melalui analisis SWOT

- maupun lainnya. Dari sini diharapkan Mitra menentukan sendiri tujuan-tujuan yang ingin dicapai serta langkah-langkah yang akan dilakukan.
- c. Setelah itu akan dilakukan pelatihan pembuatan profil usaha audio visual Mitra. Profil ini penting sebagai alat utama promosi dalam upaya meningkatkan penjualan. Dengan cara ini maka diharapkan produk-produk menjadi lebih dikenal sehingga lebih banyak yang terjual.

III.3. Peran Mitra

Peran Mitra selama ini sangat krusial. Mulai dari penentuan permasalahan, Mitra aktif berdiskusi dengan tim sehingga tercapai kesimpulan prioritas masalah. Dalam proposal ini juga dirancang selama pelaksanaan kegiatan ini Mitra dapat berperan secara maksimal.

IV. TARGET LUARAN

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah:

1. Business Plan Mitra
2. Profil usaha audio visual Mitra

Business Plan (BP) pada dasarnya adalah deskripsi tertulis mengenai masa depan bisnis, yang menjelaskan apa dan bagaimana rencananya. BP biasanya digunakan oleh wiraswastawan yang sedang mencari calon investor untuk menyampaikan visi mereka kepada calon investor. BP juga sering kali digunakan

oleh perusahaan untuk menarik karyawan penting, prospek bisnis baru, berhubungan dengan supplier, atau bahkan hanya untuk diberikan kepada siapapun agar mereka lebih mengerti bagaimana mengelola perusahaan secara lebih baik.

BP pada umumnya terdiri dari Tujuan bisnis, Strategi yang digunakan untuk mencapainya, Masalah potensial yang kira-kira akan dihadapi dan cara mengatasinya, Struktur organisasi (termasuk jabatan dan tanggung jawab), dan Modal yang diperlukan untuk membiayai perusahaan dan bagaimana mempertahankannya sampai mencapai break even.

Ada 3 bagian utama dari sebuah Perencanaan Bisnis:

1. Yang pertama adalah *Konsep Bisnis*, yang menjelaskan secara rinci industri yang digeluti, struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana rencana untuk mensukseskan bisnis.
2. Yang kedua adalah *market/pasar*, yang membahas dan menganalisa konsumen potensial: siapa dan dimana mereka berada, apa yang menyebabkan mereka mau membeli, dan lain-lain. Dalam bagian ini, juga perlu menjelaskan persaingan yang akan dihadapi dan bagaimana memposisikan diri untuk memenangkannya.
3. Yang ketiga adalah *Finansial*, mencakup estimasi pendapatan dan arus kas, neraca serta rasio keuangan lainnya, seperti analisis break even. Untuk ini mungkin akan memerlukan bantuan seorang akuntan dan program software spreadsheet yang bagus.



Panjang pendeknya sebuah BP sangatlah tergantung fungsi perencanaan bisnis itu sendiri. Biasanya BP setebal 15 – 20 halaman. Namun jika mengajukan sebuah bisnis baru atau bahkan industri baru, maka akan memerlukan penjelasan lebih untuk menyampaiannya, bahkan mungkin sampai 100 halaman lebih. Demikian pula jika membutuhkan jutaan dolar sebagai modal untuk memulai suatu usaha yang beresiko, maka akan perlu untuk menyediakan banyak penjelasan untuk meyakinkan. Namun jika hanya ingin menggunakan perencanaan tersebut untuk tujuan internal, untuk mengatur bisnis, maka sebuah versi singkat sudah cukup memadai.

Sedangkan Company Profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat *corporate value* serta *product value* serta keunggulan tertentu. Company Profile bisa menjadi alat komunikasi yang sangat efektif bukan hanya antara produsen dan konsumen tetapi juga dengan investor, supplier dan pihak lain.

Dengan adanya perkembangan teknologi audio visual, maka company profile saat ini juga banyak dibuat dalam bentuk audio visual. Kelebihan format ini adalah isi yang bisa lebih padat dan lebih mampu memberikan kesan yang lebih kuat pada pemirsa. Hal ini disebabkan karena informasi yang ada pada company profile format audio visual terdiri dari informasi dalam bentuk suara, tulisan, dan gambar.

V. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan dalam program ini terdiri dari dua macam yaitu pelatihan pembuatan business plan dan pelatihan pembuatan profil audio visual. Bentuk kegiatan pelatihan tersebut disertai pula dengan kegiatan pendampingan. Dalam prakteknya kegiatan pelatihan dan pendampingan berlangsung saling mengisi dalam arti apabila kegiatan pelatihan tidak berhasil benar-benar berjalan sesuai dengan yang direncanakan, maka kegiatan pendampingan diupayakan dapat mengisi kekurangan dari pelatihan tersebut.

V.1. Pelatihan Penyusunan Business Plan

Kegiatan pelatihan penyusunan business plan sudah berlangsung tiga kali sesuai rencana. Namun demikian dokumen business plan belum berhasil disusun secara memuaskan. Hal ini dikarenakan kesibukan personel Kamila yang disertai dengan kekurangan pengalaman mereka. Untuk menanggulangi hal tersebut maka dilakukan pendampingan penyusunan business plan sampai target tercapai.

Kegiatan pelatihan business plan yang pertama dilakukan pada tanggal 25 September di kampus Unair dengan jumlah peserta 5 orang yaitu saudara Ikhwan Wahyudi, Khafi, Anggoro, Lutfi, Esti Widayanti. Sedangkan pembicara yang hadir adalah Itafarida, Gesang Manggala, dan Edi Dwi Riyanto. Pada pertemuan ini dibahas tentang teori dan contoh-contoh business plan.

Kegiatan pelatihan business plan yang kedua dilaksanakan pada tanggal 1 Oktober di Kampus Unair. Pihak Kamila Toys membawa konsep awal business

plan yang sudah disusun. Kemudian konsep tersebut dibahas. Dari pihak Unair yang hadir adalah saudara Gesang dan Edi Dwi Riyanto. Masukan-masukan dalam kegiatan tersebut diberikan dan diharapkan dapat dipenuhi pada pertemuan berikutnya. Pada sesi ini juga diketahui bahwa pihak Kamila mengalami kendala yang cukup berat dalam menyusun business plan yang disebabkan oleh kesibukan dan pengalaman yang kurang.

Pelatihan business plan yang ketiga dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober. Dari Unair yang hadir adalah Gesang Manggala sebagai instruktur. Sebenarnya direncanakan agar pada akhir pelatihan yang ketiga ini dokumen business plan sudah bisa diselesaikan. Namun hal tersebut belum dapat tercapai. Dalam hal perencanaan keuangan pihak Kamila mengalami kendala cukup berarti karena latar belakang keuangan yang minim.

Dari catatan review yang dilakukan oleh Gesang Manggala diperoleh informasi bahwa Kamila telah mampu menentukan konsep awal dan memberi penjelasan pada sejumlah poin penting. Namun Kamila mengalami kesulitan dalam menyusun penganggaran lima tahun ke depan sebagai syarat sebuah dokumen business plan. Terungkap pula bahwa kendala utama adalah karena barang-barangnya bersifat non-fast moving goods, sehingga turn-over menjadi lama. Semertara itu dalam rentang waktu satu tahun transaksi penjualan yang terjadi hanya ada pada bulan-bulan tertentu. Dari sisi permodalan, karena pinjaman berasal dari kerabat maka perhitungan jangka waktu pengembalian dan interest rate menjadi sulit. Disarankan agar Kamila menggunakan sistem just-in-time dengan zero inventory. Mengenai pengembalian pinjaman modal disarankan

untuk disertai dengan 20% dari hasil laba sehingga bisa dikategorikan sebagai bagi hasil.

Kesimpulannya adalah meskipun pelaksanaan pelatihan sudah berlangsung tiga kali, masih diperlukan pendampingan untuk beberapa minggu ke depan agar dokumen business plan bisa benar-benar diselesaikan. Kebetulan juga pada saat pelatihan yang kedua dan ketiga, jumlah pelatih bukan tiga orang tetapi hanya dua. Oleh karena itu, alokasi waktu dan anggaran untuk pelatih yang ketiga bisa digeser ke dalam program pendampingan.

V.b. Pelatihan Pembuatan Profil

Kegiatan pelatihan pembuatan profil direncanakan berlangsung sebanyak 10 kali disertai dengan pendampingan sebanyak 5 kali. Berikut rincian kegiatan pelatihan yang telah dilakukan.

1	Sabtu, 2 Oktober 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Pengertian dasar <i>company profile</i>, - SDM yang dibutuhkan dalam pembuatan <i>company profile</i>, - proses produksi <i>company profile</i>
2	Minggu, 3 Oktober 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat dan menelaah contoh-contoh <i>company profile</i> - Mereview <i>company profile</i> yang sudah dilihat dihubungkan dengan <i>company profile</i> kamila edutoyas yang akan dibuat - <i>Brainstorming</i> ide konsep <i>company profile</i> kamila edutoys
3	Jumat, 8 Oktober 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Review teori dan contoh <i>company profile</i> yang telah diberikan dalam pelatihan sebelumnya - Pengertian Sinematografi <i>Company profile</i> - Seluk beluk kamera dan kemaremen - teknik shooting vidoe di dalam dan di luar studio
4	Sabtu, 9 Oktober	<ul style="list-style-type: none"> - teori dan praktik teknik-teknik pengambilan gambar dan pencahayaan - teori dasar pembuatan film/vidoe dan pra produksi

	2010	
5	Senin, 11 Oktober 2010	- teknik shooting video di dalam dan di luar studio
6	Jumat, 15 Oktober 2010	Review pengambilan gambar-gambar yang telah dilakukan. Dari hasil review, pengambilan gambar sudah 80 %. Pengambilan gambar yang kurang adalah aktivitas kantor usaha kamila edutoys dan visi serta misi kamila edutoys
7	Sabtu, 16 Oktober 2010	Mensetting kantor dan aktivitas usaha kamila edutoys untuk persiapan pengambilan gambar
8	Minggu, 17 Oktober 2010	Pengambilan gambar kantor usaha dan aktivitas kamila edutoys
9	Jumat, 22 Oktober 2010	Dilakukan diskusi kritis terhadap semua gambar yang telah diambil. Dari hasil diskusi disimpulkan bahwa gambar-gambar yang telah diambil hasilnya masih banyak kelemahan terutama dari sisi pencahayaan, model yang kurang menarik, sedikitnya mainan yang di display, kurang sampainya pesan yang ingin disampaikan dan konsep company profile yang kurang dapat dengan mudah dipahami jika disampaikan ke customer karena durasi yang terlalu panjang
10	23 Oktober 2010	Dari hasil diskusi kritis sehari sebelumnya selanjutnya disampaikan beberapa petunjuk teknis untuk pengambilan gambar selanjutnya yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - Model yang ditampilkan harus kamera face - Untuk keperluan pengambilan gambar, jumlah dan jenis produk mainan edukatif yang ada harus ditambah lebih banyak lagi - Konsep company profile dirombak menjadi profile yang lebih mengarah ke bentuk iklan atau TVC yang didalamnya sedikit ditampilkan tutorial penggunaan mainan dan durasinya dependekkan menjadi 5 menit, 3 menit dan 30 detik

Pendampingan Pembuatan *Company Profile* Kamila Edutoys

No	Hari/ tanggal	Materi
1	Minggu, 3 Oktober 2010	Setelah diberikan materi teori company profile dan brainstorming ide konsep company profile kamila dalam pelatihan, selanjutnya peserta didampingi untuk menentukan berdiskusi dan memutuskan konsep terbaik yang akan dipake
2	Sabtu, 9 Oktober 2010	Tampak luar lokasi usaha kamila edutoys. Gambar yang diambil adalah banner yang ada di gerbang pintu masuk perumahan dimana kamila edutoys berada dan banner yang ada didepan rumah yang menjadi tempat usaha kamila edutoys Aktivitas seorang anak yang bermain yang tidak edukatif dan malah cenderung berbahaya yaitu lem kertas. Pengambilan gambar harus dulang beberapa kali untuk mendapatkan <i>angle</i> yang tepat namun si anak tidak mood untuk melakukan aktivitas yang diulang-ulang
3	Senin, 11 Oktober 2010	Pendampingan pengambilan gambar berdasarkan konsep company profile kamila edutoys yang sudah disepakati. Gambar yang diambil: Tampak luar play group Bee Happy Aktivitas bermain anak-anak play group Bee Happy yang tengah asyik bermain dengan mainan edukatif produk Kamila Edutoys. Kendala yang dihadapi pada saat pengambilan gambar anak-anak langsung mengeroyok dan saling berebut mainan yang ada sehingga hasil gambar kurang sesuai dengan konsep yang telah ada.
4, 5	Sabtu, 16 Oktober 2010 dan Minggu, 17 Oktober 2010	Pendampingan kelanjutan pengambilan pengambilan gambar. Gambar yang diambil: Tampak dalam atau suasana kantor dan aktivitas usaha kamila edutoys dalam hal ini seorang karyawati yang sedang melakukan pekerjaan administrasi didepan komputer. Kendala yang dihadapi karyawati tersebut kurang kamera face sehingga dibutuhkan model agar tampak lebih menarik. Display produk kamila edutoys. Gambar yang diambil adalah beberapa produk kamila edutoys yang di dispaly di sebuah rak buku. Kemudian satu persatu mainan di foto dengan menggunakan kamera digital. Kendala yang dihadapi adalah mainan yang tersedia bisa dibilang kurang mencukupi

		<p>sehingga terlihat sedikit. Sedikitnya persediaan mainan ini memang erat kaitannya dengan usaha kamila edutoys sendiri yang bersifat just in time order atau jika ada customer yang menginginkan baru pesankan dari mitra produsen mainan. Sehingga kamila edutoys tidak menyetok mainan.</p>
--	--	---

VI. HASIL YANG DICAPAI

Prioritas pelaksanaan komponen kegiatan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan disesuaikan dengan dana yang tersedia. Prioritas utama diberikan pada komponen pelatihan penyusunan Business Plan yang berorientasi pada peningkatan kemampuan personil UKM Kamila Edutoys menyusun Business Plan. Selanjutnya, prioritas kedua diberikan pada komponen kegiatan pembuatan video Profil Usaha audio visual. Pada tanggal 14 Desember ini semua target telah tercapai 100% sesuai yang dituangkan dalam proposal yaitu dalam bentuk business plan dan company profile audio visual.

VII. KENDALA YANG DIHADAPI

Masalah utama yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah waktu. Dikaitkan dengan hal lain maka kendala-kendala yang muncul bisa dirinci sebagai berikut:

1. Pemilik sekaligus pelaksana usaha Kamila Edutoys belum bisa meluangkan waktu yang cukup untuk mengelola Kamila Edutoys. Hal ini disebabkan karena skala usaha masih terlalu kecil sehingga belum mampu

memberikan kontribusi keuangan yang memadai, sementara pemilik masih berstatus pegawai di sebuah lembaga pendidikan. Dengan demikian Kamila masih bersifat sebagai usaha 'sampingan' yang berakibat pada komitmen waktu yang belum maksimal. Diharapkan dengan adanya program IbM ini Kamila Edutoys bisa lebih efektif dan efisien dalam pengelolaannya.

2. Pelatihan pembuatan profil yang diberikan pada pendukung Kamila masih terlalu singkat. Hal ini terkait dengan waktu pencairan dana. Apabila dana cair lebih awal, maka dimungkinkan pelatihan bisa dirancang dengan lebih leluasa, misalnya dengan memberikan banyak kegiatan mandiri sehingga peserta mempunyai kesempatan lebih banyak untuk berlatih.

VIII. TINDAK LANJUT

Keberhasilan program IbM ini telah memicu semangat usaha pada Kamila Edutoys. Selanjutnya pihak Kamila Edutoys berharap agar kegiatan serupa bisa dilaksanakan lagi di masa datang. Yang dibutuhkan untuk memperkuat usaha Kamila Edutoys antara lain adalah katalogisasi dan inventarisasi produk, pembenahan keuangan, dan penyusunan data base. Pihak Kamila sangat berharap agar hal-hal tersebut dapat dilakukan di masa datang.

LAMPIRAN FOTO-FOTO KEGIATAN



Foto 1. Bapak Gesang Manggala, paling kiri, mendengarkan penjelasan dari Kamila



Foto 2. Ibu Itafarida memberikan penjelasan tentang konsep-konsep bisnis



Foto 3. Ikhwan Wahyudi sebagai pemilik sekaligus pengusaha Kamila Edutoys sedang memberikan penjelasan tentang kemajuan yang sudah dicapai oleh Kamila



Foto 4. Kantor Kamila Edutoys yang memang berada di dalam sebuah rumah tinggal



Foto 5. Bekerja bersama menyetting rumah untuk diambil gambar

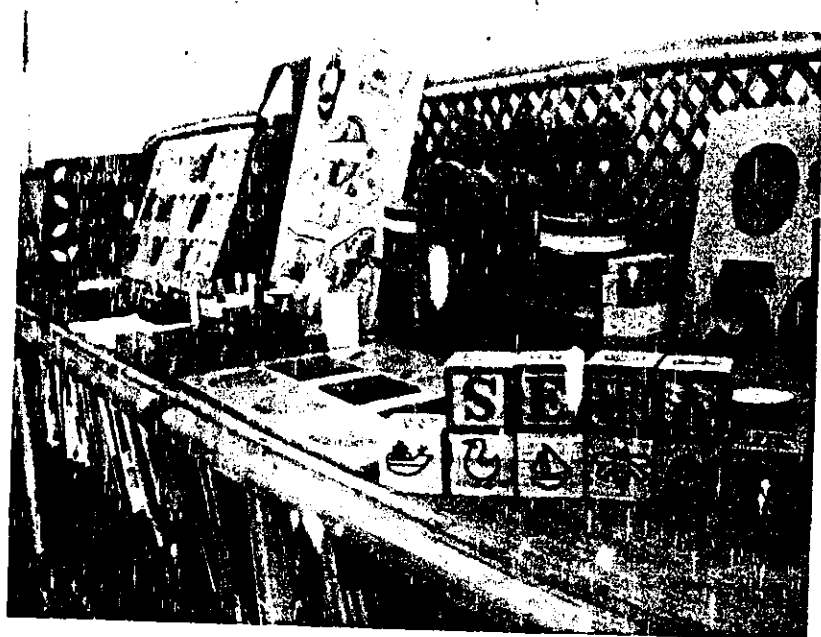


Foto 6. Sebagian alat permainan



Foto 7. Suasana pengambilan gambar, nampak bahwa pencahayaan masih belum terlalu diperhatikan



Foto 8. Berdiskusi untuk mengambil posisi dan sample gambar yang paling cocok



Foto 9. Memilah dan memilih barang yang layak untuk dimasukkan dalam gambar video



Foto 10. Bapak Panca melakukan pengamatan hasil pengambilan yang masih di dalam layar kamera



Foto 11. Bapak Edi sedang memberikan ma sukun pada crew Kamila



Foto 12. Suasana yang santai namun serius

BUSINESS PLAN
KAMILA EDUTOYS CENTER

SURABAYA

23 NOVEMBER 2010

PLAN OUTLINE

Executive Summary

Pasar

Bentuk Pelayanan

Manajemen

Vission And Mission

Keys to Success

Objectives

Company Summary

Product Knowledge

Market Analysis Summary

Strategy and Implementation Summary

Financial Plcn

EXECUTIVE SUMMARY

Kamila Edutoys Center adalah sebuah bidang usaha yang bergerak dibidang perdagangan mainan edukatif untuk anak-anak. Bentuk bidang usahanya adalah sole proprietorship (kepemilikan pribadi).

Kamila Edutoys Center merupakan usaha keluarga yang terdiri dari suami istri dengan 2 orang anak. Sifat operasional usaha ini masih informal dengan sistem penjualan ditempat, transaksi jarak jauh, dan juga transaksi *online*. Ke depan, diharapkan *Kamila Edutoys Center* ini mampu berkembang menjadi suatu usaha yang besar dengan pengelolaan sumber daya yang efektif, efisien dan profesional.

Business Plan ini merupakan sebuah langkah lanjutan untuk mengoperasikan dan mengembangkan *Kamila Edutoys Center*, di mana dalam *business plan* ini membahas lengkap tentang Misi, Strategi, Tujuan, Bentuk Usaha, *Product Knowledge*, Analisa Pasar, Strategi dan Implementasinya, Struktur Pengelola, dan Perencanaan Keuangan.

PASAR

Kamila Edutoys Center menargetkan beberapa segmen pasar. Target terbesar adalah pada anak-anak usia dini atau lebih tepatnya orang tua yang memiliki putra putri usia dini. Adapun target yang lain adalah sekolah-sekolah formal maupun informal yang terlibat langsung dengan pendidikan anak usia dini, usia kanak-kanak, maupun usia sekolah dasar.

Ceruk pasar dari produk *Kamila Edutoys Center* terutama institusi pendidikan yang menitikberatkan pada pembelajaran anak di usia dini seperti PAUD, Kelompok Bermain, sampai Taman Kanak-kanak. Selain pasar institusional, produk ini juga dapat dipasarkan kepada customer personal, para orang tua.

Untuk mencapai ke tangan konsumen *Kamila Edutoys* mencoba beberapa variasi pemasaran dan penjualan produk mulai dari yang konvensional melalui penjualan langsung sampai dengan memanfaatkan berbagai jejaring sosial *online*. Dengan

memanfaatkan teknologi online ini sangat meminir alisir biaya promosi namun dapat mencakup wilayah yang sangat luas.

PRODUK

Kamila edutoys menyediakan 285 item mainan edukatif yang terdiri dari mainan yang terbuat dari bahan kayu, spon, kain dan besi dengan harga terjangkau. Meskipun termasuk *slow moving goods* dibandingkan dengan mainan-mainan seperti mobil-mobilan, pistol-pistolan, boneka barbie dan aneka macam mainan lainnya yang kurang memiliki unsur edukasi, bisnis maianan memiliki potensi yang sangat besar mengingat banyaknya jumlah PAUD, KB dan TK yang tersebar di Jawa Timur dan Indonesia bagian timur.

MANAJEMEN

Kamila Edutoys Center adalah sebuah usaha kecil yang memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

<i>Leader</i>	: M Ikhwan Wahyudi, SS
<i>Marketing</i>	: Mahbub
<i>Finance</i>	: Esti, SE, Ak.
<i>Admin</i>	: Erna

Leader disini juga pemilik usaha, sehingga bertugas mencakup hampir seluruh aktivitas operasional Kamila Edutoys Center. Marketing bertugas menawarkan produk ke sekolah-sekolah serta terus mengembangkan pangsa pasar. Finance bertugas menyelenggarakan seluruh operasional keuangan usaha ini. Sedangkan Administrasi bertugas mencatat, memantau dan mengorder produk. Staf administrasi juga difungsikan sebagai staf marketing pada saat ada event bazaar ataupun pameran.

VISI DAN MISI

Visi *Kamila Edutoys Center* adalah menjadi pusat mainan dan alat peraga edukatif yang terbesar dan terlengkap khususnya Surabaya dan Jawa Timur pada umumnya sehingga menjadi rujukan bagi sekolah-sekolah dan para orang tua dalam mencari mainan edukatif bagi buah hati mereka.

Misi utama *Kamila Edutoys Center* adalah sebagai partner anak dalam bermain sambil belajar serta membantu para orang tua dan pendidik di sekolah-sekolah dalam perannya untuk mengedukasi masyarakat khususnya anak-anak usia dini dengan cara merangsang *multiple intelligence* mereka dengan bantuan berbagai alat peraga edukatif.

KEY TO SUCCESS

1. Menentukan konsep dan bentuk edutoys yang mengakomodasi 8 multiple intelligence, yaitu:
 - *Linguistic Intelligence (Word Smart)*
 - *Logical-mathematical Intelligence (Number/Reasoning Smart)*
 - *Spatial Intelligence (Picture Smart)*
 - *Bodily-Kinesthetic Intelligence (Body Smart)*
 - *Musical Intelligence (Music Smart)*
 - *Interpersonal Intelligence (People Smart)*
 - *Intrapersonal Intelligence (Self Smart)*
 - *Naturalist Intelligence (Nature Smart)*
2. Membuat motto, sugesti dan image yang tepat untuk promosi ke customer sebagai sarana pemasaran terbaik untuk mendapatkan customer baru
3. Memperhatikan kebutuhan customer dan membentuk komunitas-komunitas yang mendukung pemasaran dan pengembangan produk
4. Menciptakan inovasi produk untuk differensiasi dalam bersaing dengan pasar

TUJUAN

1. Menjual produk sebanyak-banyaknya
2. Mengoptimalkan fungsi permainan dan pendidikan pada produk
3. Memperluas jaringan pemasaran produk sehingga manfaat dan pengetahuan yang mengenai produk dapat disampaikan dan dinikmati oleh lebih banyak anak
4. Mendapatkan income sebesar-besarnya untuk digunakan sebagai pengembangan usaha

COMPANY SUMMARY

Kamila Edutoys Center merupakan usaha keluarga yang belum lama dirintis. Usaha ini dirintis dan dimiliki oleh M Ikhwan Wahyudi, SS dan mulai berjalan pada pertengahan Februari 2009. Adapun keseluruhan usaha ini dijalankan oleh 4 orang, yaitu M Ikhwan Wahyudi sebagai owner, Mahbub sebagai marketing, Esti sebagai staf keuangan dan Erna sebagai staf administrasi.

Ide untuk menjalankan usaha ini berawal ketika kami kesulitan mencari mainan edukatif untuk buah hati kami di toko mainan di sekitar kami tinggal. Selanjutnya dari survey pasar kecil-kecilan yang kami lakukan kami berkesimpulan bahwa usaha mainan edukatif mempunyai prospek bisnis yang cukup bagus. Dengan penuh semangat, meski tanpa business plan yang jelas kami memulai usaha ini dengan mencari data dan informasi tentang mainan edukatif melalui internet. Dari informasi internet itulah kami mendapatkan info produsen mainan edukatif beserta produk-produknya.

Lebih lanjut setelah mengamati perilaku orang tua di sekitar tempat kami tinggal yang lebih senang membelikan putra putrinya mainan non edukatif, kami semakin tertantang untuk mengembangkan usaha ini. Ada dua kemungkinan para orang tua tersebut lebih condong membelikan anak-anaknya mainan non edukatif. Yang pertama dari segi harga mainan non edukatif relative lebih terjangkau. Yang kedua mereka belum tahu bahwa ada berbagai mainan edukatif yang lebih banyak membawa manfaat bagi perkembangan *cognitive*, motorik halus, motorik kasar dan perkembangan *multiple intelligence* yang lain meski harganya agak lebih mahal.

Kondisi diatas mendorong kami untuk terus mengedukasi masyarakat tentang peranan mainan edukatif terhadap perkembangan anak melalui usaha ini. Selain itu, kami berupaya mencari mitra produsen lokal sehingga harga jual ke konsumen bisa lebih ditekan dan mainan edukatifpun bisa lebih banyak diminati oleh para orang tua. Selama ini, produk mainan kami order dari Bekasi yaitu Haula Toys dan Malva Kayla Toys. Dengan menggandeng produsen lokal, kami berharap bisa terjadi mutual benefit antara kedua belah pihak. Produsen local terbantu memasarkan produknya, dan kami bisa lebih mudah menjual ke konsumen dan lebih terjangkau. Pada akhirnya

taraf hidup bisa meningkat karena usaha ini semakin maju. Dan ini sesuai dengan misi usaha kami yaitu menjalin kemitraan dengan produsen APE local untuk menumbuhkembangkan potensi ekonomi serta sumber daya manusia daerah.

Lokasi usaha ini berada di Jl. Jambangan Kebon Agung Asri Kav 21 Surabaya Jawa Timur. Fasilitas yang diberikan oleh usaha ini adalah deliveri service. Pemesanan juga bisa dilakukan via online. Disamping itu, pembeli bisa mendapatkan penjelasan atau sesi peragaan gratis, ini biasanya cukup efektif untuk institusi-institusi pendidikan.

PRODUCT KNOWLEDGE

Produk yang ditawarkan adalah Edutoys yang terbuat dari berbagai macam bahan, seperti misalnya kayu, kain, dan kertas. Produk-produk tersebut memberikan pendidikan *8 multiple intelligence* yang merupakan dasar perkembangan pendidikan untuk anak-anak usia dini.

Harga produk *Kamila Edutoys* bisa bersaing dipasaran karena memang system perolehan stock kami adalah dengan menjadi agen supplier besar. Berikut beberapa sample produk *Kamila Edutoys Center*

JENIS PRODUK	HARGA
BONEKA PROFESI	45,000.00
BONEKA TANGAN	30,000.00
BONEKA JARI	9,000.00
BUKU MEMBACA	26,000.00
POSTER TIMBUL	10,000.00
PUZZLE ALLAH MUHAMMAD	15,000.00
GAMBAR SPON FOTO	6,000.00
EDUCARD	7,500.00
PUZZLE KECIL	5,000.00
PUZZLE HURUF HIJAIYAH	12,500.00
MENGGUNTING DAN MELIPAT	5,500.00
PUZZLE BENTUK (9)	45,000.00
PUZZLE BENTUK (3)	55,000.00
PUZZLE BENTUK (4)	40,000.00
BUKU KAIN COLOR	47,500.00
BUKU KAIN ANEKA BURUNG	47,500.00
BANTAL CERITA	45,000.00
BONEKA TANGAN BERUANG	30,000.00
BONEKA JARI ISI 5	9,000.00
WOODCRAFT PESAWAT	20,000.00
WPT OK (BALOK BERBENTUK)	62,000.00
WBK OH (BALOK BERBENTUK)	28,000.00
WBK OIE (BALOK BERBENTUK)	25,000.00
PLAYBOARD "IN THE GARDEN"	20,000.00
WPG OE (BALOK BERBENTUK)	45,000.00
WRC OCK (BALOK BERBENTUK)	33,000.00
BALANCING	72,000.00
PINTAR BERSAMA BANA & BANI	25,000.00
EINSTEIN AJA BELUM TENTU TAHU	12,000.00
TEKA TEKI PIRAMID	7,000.00

MUROTAL JUZ AMMA	10,000.00
KARTU BERHITUNG	35,000.00
MATEMATIKA PERTAMAKU	18,000.00
CD IKAN PAUS	20,000.00
CD BACAAN AL-QUR'AN	20,000.00
CD AYO BELAJAR MEMBACA	25,000.00
CD LET'S LEARNING	25,000.00
CD LAGU ANAK	25,000.00
CD KAMUS 3 BAHASA	25,000.00
CD KISAH NABI SULAIMAN	25,000.00
CD SIFAT SHOLAT NABI	27,500.00

Selain sample produk diatas, masih banyak produk-produk lain yang beragam jenisnya dan misi pendidikan yang diusungnya.

MARKET ANALYSIS

Ada beberapa edutoys center yang terdapat di Surabaya dan sekitarnya baik itu yang berskala besar maupun yang berskala kecil, dan sebagian besar sudah menggunakan marketing online. Walaupun demikian, oleh karena banyaknya kebutuhan akan fasilitas edutoys baik itu untuk sarana pembelajaran di sekolah maupun di rumah-rumah maka kebutuhan akan edutoys yang berkualitas tetap dibutuhkan. Perkembangan akan pendidikan anak terus dipacu sehingga pasar edutoys juga berkembang. Karena terbukanya pasar tersebut maka *market share* dari usaha ini menjadi berkembang pesat.

Oleh karena masih besarnya pangsa pasar dari edutoys center maka *Kamila Edutoys Center* berani bersaing secara terbuka untuk produk-produk mainan edukatif, baik itu persaingan dalam harga maupun persaingan dalam hal produk dan pelayanan after sales.

Di satu sisi, jika dilihat secara global, *market share* yang sedemikian besar masih belum tercover oleh pengusaha-pengusaha edutoys sehingga *Kamila Edutoys Center* masih memiliki cukup banyak ruang untuk bergerak, termasuk salah satunya di daerah dekat lokasi *Kamila Edutoys Center*. Jika saja *Kamila Edutoys Center* bisa mengcover lingkungan sekitarnya bisa dipastikan pemasaran usaha ini sudah sangat bagus. Ditambah lagi dengan lingkungan dari jejaring kami yang lain.

Di sisi lain, untuk mempertahankan eksistensi *Kamila Edutoys Center* diantara pengusaha-pengusaha edutoys lain di Indonesia kami mulai membentuk brand image dan sugesti yang tepat dalam rangka merangkul user edutoys. Kami juga terus memperhatikan perkembangan kebutuhan customer dan membentuk komunitas-komunitas yang mendukung pemasaran dan pengembangan produk ini. Dan dalam continuous improvement dalam persaingan, *Kamila Edutoys Center* terus menciptakan inovasi produk untuk differensiasi dalam bersaing.

STRATEGY AND IMPLEMENTATION SUMMARY

Supplies Strategy

Untuk order barang, kami bermitra dengan dua mitra yang memproduksi berbagai APE (Alat Peraga Edukatif) yang ada di Bekasi yaitu Haula Toys untuk APE dari bahan kayu dan Malva Kayla untuk APE dari bahan non kayu (kain dan kertas). Akan tetapi oleh karena rabat yang diberikan keduanya tidak besar (Haula Toys dengan rabat 20-25% dan Malva Kayla dengan rabat 30%) maka kami juga membuka komunikasi dengan pengrajin-pengrajin kayu, kain dan kertas di beberapa daerah misalnya di daerah Gresik dan Sidoarjo. Pertimbangan dari kedua daerah tersebut adalah karena jarak tidak terlalu jauh sehingga tidak diperlukan ongkos angkut yang mahal. Kelemahan dari strategi "memakai pengrajin bebas" ini adalah kami harus menyediakan konsep produk sendiri, oleh karena tidak semua pengrajin yang mengerti tentang fungsi pendidikan dari edutoys tersebut.

Promotion Strategy

Aktivitas promosi yang dilakukan adalah

1. Menawarkan produk APE ke PAUD, KB, TK yang ada di Surabaya, Gresik, dan daerah-daerah sekitar lainnya dengan menggunakan catalog produk dan membawa contoh produk.
2. Mengikutsertakan barang pada acara bazaar/pameran di sekolah atau mall dengan system bagi hasil keuntungan dari barang yang terjual
3. Menitipkan barang di toko buku milik kolega
4. Open Table di acara parenting skill yang diadakan oleh kolega

FINANCIAL PLAN

Perencanaan Keuangan merupakan salah kunci utama dalam pengelolaan bisnis edutoys center. Perencanaan Keuangan mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Asumsi-asumsi penting yang berkembang dalam bisnis edutoys center
2. Analisa BEP
3. Proyeksi Anggaran
4. Proyeksi Rugi Laba
5. Proyeksi Cash Flow
6. Proyeksi Neraca

Dalam Business Plan ini keseluruhan komponen Perencanaan Keuangan tersebut disederhanakan menjadi sebuah Rencana Anggaran Belanja sederhana untuk pengembangan usaha *Kamila Edutoys Center* ini.

ANGGARAN KEUANGAN**RENCANA ANGGARAN BELANJA****1 INVENTARISASI KEBUTUHAN AWAL**

DETAIL KEBUTUHAN	KETERANGAN	
PENGADAAN STOCK (DISPLAY)		
1	CD Pendidikan	
2	Buku Anak-anak	
3	Alat Peraga Edukatif	
PENGADAAN INVENTARIS		
1	Komputer plus printer	
2	Upgrade Komputer	
3	Lemari Kaca Display	10 Unit kursi siswa (untuk 2 kelas)
4	Lemari Kaca Display Baru	
5	ATK	
	Tinta	2 Botol Refill
	Board Maker	10 Unit
	Kertas HVS 1 Rim	
	Penghapus	2 Unit
	Stempel	1 Unit
6	Box Penyimpanan	1 Unit
MARKETING		
1	Spanduk	2 Unit
2	Banner	1 Unit
3	X Banner	2 Unit
4	Brosur	2 Rim
5	Pembuatan blog dan fasilitas lain	
6	Katalog Produk	5 Unit
7	Operi Table	2 x pameran dalam 1 tahun
8	Promosi Media & CD Profil	TV Anak dan Radio Sham FM
Modal Kerja		
1	Transportasi	BBM
2	Komunikasi	Pulsa
3	Cadangan	

2 KEBUTUHAN DANA

DETAIL KEBUTUHAN	KETERANGAN	KEBUTUHAN DANA		
		BIAYA	TERCOVER	KEKURANGAN DANA
PENGADAAN STOCK (DISPLAY)				
1	CD Pendidikan	2,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
2	Buku Anak-anak	2,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
3	Alat Peraga Edukatif	5,500,000.00	2,500,000.00	3,000,000.00
PENGADAAN INVENTARIS				
1	Komputer plus printer	2,000,000.00	2,000,000.00	-
2	Upgrade Komputer	1,000,000.00	-	1,000,000.00
3	Lemari Kaca Display	750,000.00	750,000.00	-
4	Lemari Kaca Display Baru	1,000,000.00	-	1,000,000.00
5	ATK			
	Tinta	2 Botol Refill	30,000.00	30,000.00
	Board maker	10 Unit	10,000.00	10,000.00
	Kertas HVS 1 Rim		33,000.00	33,000.00
	Penghapus	2 Unit	10,000.00	10,000.00
	Stempel	1 Unit	60,000.00	60,000.00
6	Box Penyimpanan	1 Unit	50,000.00	50,000.00

DETAIL KEBUTUHAN	KETERANGAN	KEBUTUHAN DANA		KEKURANGAN DANA	
		BIAYA	BIAYA	BIAYA	BIAYA
MARKETING					
1	Spanduk	2 Unit	300,000.00	300,000.00	-
2	Banner	1 Unit	200,000.00	200,000.00	-
3	X Banner	2 Unit	160,000.00	160,000.00	-
4	Brosur	2 Rim	300,000.00	300,000.00	-
5	Pembuatan blog dan fasilitas lain		-	-	-
6	Katalog Produk	5 Unit	875,000.00	-	875,000.00
7	Open Table	2 x pameran dalam 1 tahun	1,000,000.00	-	1,000,000.00
8	Promosi Media & CD Profil	TV Anak dan Radio Sham FM	1,125,000.00	-	1,125,000.00
Modal Kerja					
1	Transportasi	BBM	200,000.00	200,000.00	-
2	Komunikasi	Pulsa	150,000.00	150,000.00	-
3	Cadangan		100,000.00	100,000.00	-
Total Biaya Yang Dibutuhkan			18,853,000.00	8,853,000.00	10,000,000.00

Dengan demikian kebutuhan dana untuk operasional Kamila Edu toys yang belum tercover adalah Rp 10.000.000,-

KAMILIA EDUTOYS CENTER
TARGET PENDAPATAN

1 TARGET PENJUALAN REGULER

NO	JENIS PRODUK	TARGET STOCK			TARGET PENJUALAN			SISA STOCK AKHIR	
		PRICE	UNIT	RUPIAH	PRICE	UNIT	RUPIAH	UNIT	RUPIAH
1	BONEKA PROFESI	36,000.00	10	360,000.00	45,000.00	5	225,000.00	5	180,000.00
2	BONEKA TANGAN	24,000.00	10	240,000.00	30,000.00	5	150,000.00	5	120,000.00
3	BONEKA JARI	7,200.00	10	72,000.00	9,000.00	5	45,000.00	5	36,000.00
4	BUKU MEMBACA	20,800.00	20	416,000.00	26,000.00	15	390,000.00	5	104,000.00
5	POSTER TIMBUL	8,000.00	10	80,000.00	10,000.00	5	50,000.00	5	40,000.00
6	PUZZLE ALLAH MUHAMMAD	12,000.00	12	144,000.00	15,000.00	6	90,000.00	6	72,000.00
7	GAMBAR SPON FOTO	4,800.00	10	48,000.00	6,000.00	5	30,000.00	5	24,000.00
8	EDUCARD	6,000.00	10	60,000.00	7,500.00	5	37,500.00	5	30,000.00
9	PUZZLE KECIL	4,000.00	10	40,000.00	5,000.00	5	25,000.00	5	20,000.00
10	PUZZLE HURUF HILAIYAH	10,000.00	10	100,000.00	12,500.00	5	62,500.00	5	50,000.00
11	MENGGUNTING DAN MELIPAT	4,400.00	22	96,800.00	5,500.00	16	88,000.00	6	26,400.00
12	PUZZLE BENTUK (9)	36,000.00	10	360,000.00	45,000.00	5	225,000.00	5	180,000.00
13	PUZZLE BENTUK (3)	44,000.00	10	440,000.00	55,000.00	5	275,000.00	5	220,000.00
14	PUZZLE BENTUK (4)	32,000.00	10	320,000.00	40,000.00	5	200,000.00	5	160,000.00
15	BUKU KAIN COLORS	38,000.00	20	760,000.00	47,500.00	15	712,500.00	5	190,000.00
16	BUKU KAIN ANEKA BURUNG	38,000.00	15	570,000.00	47,500.00	11	522,500.00	4	152,000.00
17	BANTAL CERITA	36,000.00	10	360,000.00	45,000.00	5	225,000.00	5	180,000.00

NO	JENIS PRODUK	TARGET STOCK			TARGET PENJUALAN			SISA STOCK AKHIR BULAN	
		PRICE	UNIT	RUPIAH	PRICE	UNIT	RUPIAH	UNIT	RUPIAH
18	BONEKA TANGAN BERUANG	24,000.00	10	240,000.00	30,000.00	5	150,000.00	5	120,000.00
19	BONEKA JARI ISI 5	7,200.00	10	72,000.00	9,000.00	5	45,000.00	5	36,000.00
20	WOODCRAFT PESAWAI	16,000.00	10	160,000.00	20,000.00	7	140,000.00	3	48,000.00
21	WPT OK (BALOK BERBENTUK)	49,600.00	10	496,000.00	62,000.00	5	310,000.00	5	248,000.00
22	WBK OH (BALOK BERBENTUK)	22,400.00	10	224,000.00	28,000.00	5	140,000.00	5	112,000.00
23	WBK OIE (BALOK BERBENTUK)	20,000.00	10	200,000.00	25,000.00	5	125,000.00	5	100,000.00
24	PLAYBOARD "IN THE GARDEN"	16,000.00	10	160,000.00	20,000.00	5	100,000.00	5	80,000.00
25	WPG OE (BALOK BERBENTUK)	36,000.00	10	360,000.00	45,000.00	5	225,000.00	5	180,000.00
26	WRC CCK (BALOK BERBENTUK)	26,400.00	10	264,000.00	33,000.00	5	165,000.00	5	132,000.00
27	BALANCING	57,600.00	10	576,000.00	72,000.00	5	360,000.00	5	288,000.00
28	PINTAR BERSAMA BANA & BANI	20,000.00	5	100,000.00	25,000.00	3	75,000.00	2	40,000.00
29	EINSTEIN AJA BELUM TENTU TAHU	9,600.00	5	48,000.00	12,000.00	3	36,000.00	2	19,200.00
30	TEKA TEKI PIRAMID	5,600.00	5	28,000.00	7,000.00	3	21,000.00	2	11,200.00
31	MUROTTAL JUZ AMMA	8,000.00	10	80,000.00	10,000.00	7	70,000.00	3	24,000.00
32	KARTU BERHITUNG	28,000.00	10	280,000.00	35,000.00	5	175,000.00	5	140,000.00
33	MATEMATIKA PERTAMAKU	14,400.00	10	144,000.00	18,000.00	7	126,000.00	3	43,200.00
34	CD IKAN PAUS	16,666.67	10	166,666.67	20,000.00	7	140,000.00	3	50,000.00
35	CD BACAAN AL-QURAN	16,666.67	10	166,666.67	20,000.00	7	140,000.00	3	50,000.00
36	CD AYO BELAJAR MEMBACA	20,833.33	10	208,333.33	25,000.00	7	175,000.00	3	62,500.00
37	CD LETS LEARNING	20,833.33	10	208,333.33	25,000.00	7	175,000.00	3	62,500.00
38	CD LAGU ANAK	20,833.33	10	208,333.33	25,000.00	7	175,000.00	3	62,500.00

NO	JENIS PRODUK	TARGET STOCK			TARGET PENJUALAN			SISA STOCK AKHIR BULAN	
		PRICE	UNIT	RUPIAH	PRICE	UNIT	RUPIAH	UNIT	RUPIAH
39	CD KAMUS 3 BAHASA	20,833.33	10	208,333.33	25,000.00	7	175,000.00	3	62,500.00
40	CD KISAH NABI SULAIMAN	20,833.33	10	208,333.33	25,000.00	7	175,000.00	3	62,500.00
41	CD SIFAT SHOLAT NABI	22,916.67	10	229,166.67	27,500.00	7	192,500.00	3	68,750.00
TOTAL			434	9,502,966.67		259	6,963,500.00	175	3,887,250.00
Stock Terjual				5,615,716.67					
Laba (Rugi) Kotor dari Penjualan Reguler				1,347,783.33					

Catatan Tambahan:

Dengan demikian dibutuhkan setiap bulan dibutuhkan 5,6 juta untuk reorder stock

Target kenaikan penjualan 15% pertahun**Tahun Pertama**

Target penjualan 1 tahun	83,562,000.00
HPP (rata-rata rabat 25%)	66,849,600.00
Laba (Rugi) dalam 1 tahun	<u>16,712,400.00</u>

Tahun Kedua

Target penjualan 1 tahun	96,096,300.00
HPP (rata-rata rabat 25%)	76,877,040.00
Laba (Rugi) dalam 1 tahun	<u>19,219,260.00</u>

Tahun Ketiga

Target penjualan 1 tahun	110,510,745.00
HPP (rata-rata rabat 25%)	88,408,596.00
Laba (Rugi) dalam 1 tahun	<u>22,102,149.00</u>

2 TARGET PENJUALAN OPEN TABLE

1 Kali Open Table (2 Hari)	10,000,000.00
1 Tahun 2 Kali Open Table	20,000,000.00
HPP	15,384,615.38
Laba Bersih	<u>4,615,384.62</u>

3 TARGET PENJUALAN BY ORL ER**Tahun Pertama**

<i>Asumsi 20 Rekanan Sekolah</i>	
Persekolah rata-rata order 4 juta rupiah	80,000,000.00
HPP (order khusus rabat 30%)	61,538,461.54
Laba (Rugi)	<u>18,461,538.46</u>

Tahun Kedua

<i>Asumsi 30 Rekanan Sekolah</i>	
Persekolah rata-rata order 4.250.000 rupiah	127,500,000.00
<i>** asumsi kenaikan harga akibat inflasi 6%</i>	
HPP (order khusus rabat 30%)	98,076,923.08
Laba (Rugi)	<u>29,423,076.92</u>

Tahun Ketiga

<i>Asumsi 40 Rekanan Sekolah</i>	
Persekolah rata-rata order 4.500.000 rupiah	180,000,000.00
<i>** asumsi kenaikan harga akibat inflasi 6%</i>	
HPP (order khusus rabat 30%)	138,461,538.46
Laba (Rugi)	<u>41,538,461.54</u>

PROYEKSI LABA RUGI

KETERANGAN	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013
	(Rp)	(Rp)	(Rp)
Pendapatan			
Pendapatan dari Penjualan Reguler	83,562,000.00	96,096,300.00	110,510,745.00
Pendapatan dari Penjualan OT	20,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00
Pendapatan dari Penjualan by Order	80,000,000.00	127,500,000.00	180,000,000.00
Pendapatan Lain-lain	-	-	-
Total Pendapatan	183,562,000.00	243,596,300.00	310,510,745.00
Harga Pokok Penjualan			
HPP dari Penjualan Reguler	66,849,600.00	76,877,040.00	88,408,596.00
HPP dari Penjualan Open Table	15,384,615.38	15,384,615.38	15,384,615.38
HPP dari Penjualan by Order	61,538,461.54	98,076,923.08	138,461,538.46
HPP dari Penjualan Lain-lain	-	-	-
Total Harga Pokok Penjualan	143,772,676.92	190,338,578.46	242,254,749.85
Laba Kotor (Gross Profit)	39,789,323.08	53,257,721.54	68,255,995.15
Beban Operasional Lain			
Beban Sewa Tempat	2,400,000.00	2,400,000.00	2,400,000.00
Gaji Pegawai	27,000,000.00	28,350,000.00	29,767,500.00
Total Beban Operasional Lain	29,400,000.00	30,750,000.00	32,167,500.00
Beban Non Operasional			
Biaya Marketing			
Brosur	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00
X Banner	-	-	-
Maintenance Blog	600,000.00	600,000.00	600,000.00
Upgrade Katalog Produk	870,000.00	870,000.00	870,000.00
Open Table	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
Promosi Media	600,000.00	600,000.00	600,000.00
Biaya Administrasi	-	-	-
ATK	300,000.00	300,000.00	300,000.00
Biaya Lain-lain			
Transportasi	600,000.00	600,000.00	600,000.00
Komunikasi	600,000.00	600,000.00	600,000.00
Biaya Depresiasi Inventaris	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
Total Beban Non Operasional	7,570,000.00	7,570,000.00	7,570,000.00
Laba Bersih (Net Profit)	2,819,323.08	14,937,721.54	28,518,495.15

PROYEKSI CASH FLOW

KETERANGAN	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013
	(Rp)	(Rp)	(Rp)
Pendapatan			
Pendapatan dari Operasional	183,562,000.00	243,596,300.00	310,510,745.00
Pendapatan dari Pendanaan	-	-	-
Pendapatan dari Investasi	-	-	-
Total Pendapatan	183,562,000.00	243,596,300.00	310,510,745.00
Pengeluaran			
Pengeluaran dari Operasional	179,542,676.92	227,458,578.46	280,792,249.85
Pengeluaran dari Pendanaan	-	-	-
Pengeluaran dari Investasi	-	-	-
Total Pengeluaran	179,542,676.92	227,458,578.46	280,792,249.85
Surplus (Defisit)	4,019,323.08	16,137,721.54	29,718,495.15

