

**BATAKO ROSTER DARI LIMBAH SEKAM PADI
“HUSKBRICK”**

BUSINESS PLAN

Oleh :

TASYA STEVANI WENAS NIM.21053203

SERINA TUMIWA NIM.21053057



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS
2025**

**LAPORAN HASIL BUSINESS PLAN
BATAKO ROSTER DARI LIMBAH SEKAM PADI
“HUSKBRICK”**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

Oleh :

TASYA STEVANI WENAS NIM.21053203

SERINA TUMIWA NIM.21053057



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS
2025**

MOTTO

“Ora Et Labora”

*Doakan apa yang kamu kerjakan,
Kerjakan apa yang kamu doakan.*

“Orang-orang yang menabur dengan mencururkan air mata, akan menuai dengan bersorak-sorai. Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas -berkasnya”

Mazmur 126:5-6

"Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan."

Yeremia 29:11

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun Oleh :



Tasya Stevani Wenas
NIM.21053203

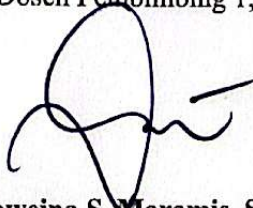


Serina Tumiwa
NIM.21053057

Manado, 10 September 2025


Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

Dosen Pembimbing 2,



Jacob Tateol S. Makapedua, SE. MTDev
NIP. 196501211990031001

Ketua Panitia Tugas Akhir & Skripsi



Juliet P.T Makinggung, SE., M.Si
NIP. 197307222002122001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

BATAKO ROSTER DARI LIMBAH SEKAM PADI

“HUSKBRICK”

Oleh

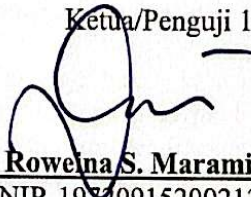
1. Tasya Stevani Wenas (21053203)

2. Serina Tumiwa (21053057)

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah
Satu Persyaratan Melaksanakan Penelitian Untuk Memperoleh
Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)


Pada tanggal, 10 September 2025

Ketua/Penguji 1



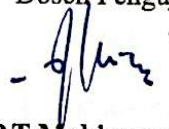
Diana Rowelina S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

Dosen Penguji 2



Jemmy Recy Winokan, SE., M.Si
NIP. 197001092002121001

Dosen Penguji 3



Juliet P.T Makinggung, SE.M.Si
NIP. 197307222002122001

Mengetahui

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Diana Rowelina S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BISNIS PLAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tasya Stevani Wenas
 NIM : 21053203
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Bisnis Plan : Batako Roster Dari Limbah Sekam Padi (Huskbrick)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Bisnis Plan ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.



Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Tasya Stevani Wenas
 NIM. 21053203

FM-203 ed.A rev.0

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BISNIS PLAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Serina Tumiwa
 NIM : 21053057
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Bisnis Plan : Batako Roster Dari Limbah Sekam Padi (Huskbrick)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Bisnis Plan ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Serina Tumiwa
 NIM. 21053057

FM-203 ed.A rev.0

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan Rahmat-Nya, sehingga kami dapat menyusun *Business Plan* ini dengan baik. *Business plan* ini disusun sebagai bentuk perencanaan usaha pembuatan batako ramah lingkungan berbasis limbah sekam padi yang inovatif, ekonomis, dan berkelanjutan.

Tujuan dari penyusunan rencana usaha ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep bisnis, strategi pemasaran, aspek produksi, perhitungan keuangan, serta potensi pengembangan produk Huskbrick di masa depan. Dengan memanfaatkan limbah pertanian berupa sekam padi, usaha ini diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam penyediaan material bangunan yang lebih ramah lingkungan dan bernilai ekonomis tinggi, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kami menyadari bahwa penyusunan *Business Plan* ini tidak lepas dari bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses perencanaan usaha ini

1. Dra. Maryke Alelo, MBA, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvie R. Kalele, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.

4. Rudolf Estephanus G. Mait, ST.,MT, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja sama Politeknik Negeri Manado dan Ketua Panitia Tugas Akhir & Skripsi.
6. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado dan Dosen Pembimbing 1, yang sudah membimbing selama penyusunan *Business plan*.
7. Arifmanuel Kolondam, SE.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
8. Precylia Ribka Raming, SE.,MM, selaku Koordinasi Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Manado.
9. Jacob Tateol S.. Makapedua, SE. MTDev, selaku Dosem Pembimbing 2, yang sudah membimbing selama penyusunan *Business plan*.
10. Kedua orang tua tercinta, Papa alm. Stenly dan Mama alma. Yunita, yang semasa hidup telah mencurahkan cinta, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak ternilai bagi Penulis. Walau tak sempat menyaksikan Penulis duduk di bangku perkuliahan, tetapi mereka telah menjadi kekuatan yang mengangkat Penulis dari titik terendah untuk kembali bangkit. Raga mereka memang telah tiada, namun Penulis yakin di surga mereka turut tersenyum bahagia dan bangga melihat Penulis mampu melangkah hingga mencapai titik ini.
11. Oma dan Opa tercinta, yang dengan penuh kesabaran, kasih sayang, dan ketulusan telah membesarkan Penulis sejak kecil. Mereka tidak hanya menjadi

pengganti orang tua, tetapi juga menjadi teladan dalam keteguhan hati, kerja keras, dan kasih yang tanpa pamrih. Doa dan dukungan mereka menjadi sumber kekuatan bagi Penulis untuk terus melangkah hingga mampu mencapai tahap ini.

12. Keluarga besar, khususnya tante dan om, serta sepupu yang dengan penuh kasih telah memberikan dukungan, perhatian, serta doa yang tiada henti.
13. Kepada rekan *Business Plan*, Serina Tumiwa. Terima kasih atas kerja sama, dukungan, dan kebersamaan yang telah terjalin selama proses penyusunan ini. Perjalanan menyelesaikan *Business Plan* ini tentu tidak lepas dari diskusi, saling memberi masukan, dan saling menguatkan di tengah tantangan yang ada. Semangat, ide-ide, dan dedikasi yang Serina berikan menjadi bagian penting dalam tercapainya hasil yang kita raih hari ini. Semoga kebersamaan ini tidak hanya berhenti pada karya ini, tetapi terus berlanjut dalam meraih impian dan keberhasilan di masa depan.
14. Orang terdekat serta sahabat - sahabat, Okta, Chintia, Gledis, Shela, Sesi, Jilly, Michelle dan Aprilia, yang selalu hadir memberi warna dalam perjalanan ini. Dukungan, doa, serta semangat yang tulus telah menjadi penguat di saat lelah, dan tawa hangat yang tercipta bersama menjadi pengingat indah bahwa perjalanan ini tidak dilalui seorang diri
15. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan *Business Plan* ini yang tidak sempat penulis sebutkan.

Susunan *Business Plan* ini telah penulis buat dengan sebaik mungkin. Namun, penulis menyadari masih terdapat kesalahan maupun kekurangan. Oleh

karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan dalam penulisan *Business Plan* ini.

Manado, 10 September 2025

Penulis,

Tasya Stevani Wenas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan Rahmat-Nya, sehingga kami dapat menyusun *Business Plan* ini dengan baik. *Business plan* ini disusun sebagai bentuk perencanaan usaha pembuatan batako ramah lingkungan berbasis limbah sekam padi yang inovatif, ekonomis, dan berkelanjutan.

Tujuan dari penyusunan rencana usaha ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep bisnis, strategi pemasaran, aspek produksi, perhitungan keuangan, serta potensi pengembangan produk Huskbrick di masa depan. Dengan memanfaatkan limbah pertanian berupa sekam padi, usaha ini diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam penyediaan material bangunan yang lebih ramah lingkungan dan bernilai ekonomis tinggi, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kami menyadari bahwa penyusunan *Business Plan* ini tidak lepas dari bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses perencanaan usaha ini

1. Dra. Maryke Alelo, MBA, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvie R. Kalele, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.

4. Rudolf Estephanus G. Mait, ST.,MT, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja sama Politeknik Negeri Manado dan Ketua Panitia Tugas Akhir & Skripsi.
6. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado dan Dosen Pembimbing 1, yang sudah membimbing selama penyusunan *Business plan*.
7. Arifmanuel Kolondam, SE.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
8. Precylia Ribka Raming, SE.,MM, selaku Koordinasi Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Manado.
9. Jacob Tateol S.. Makapedua, SE. MTDev, selaku Dosem Pembimbing 2, yang sudah membimbing selama penyusunan *Business plan*.
10. Kepada kedua orang tua tersayang, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan ketulusan yang telah Papa dan Mama berikan sejak awal hingga saat ini. Meskipun Papa dan Mama tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun Papa dan Mama selalu berusaha memberikan yang terbaik, tak henti mendoakan, mengusahakan segala keperluan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan anak-anaknya. Tersusunnya *Business Plan* ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa terima kasih dan bukti bahwa pengorbanan Papa dan Mama tidak pernah sia-sia. Semoga karya ini dapat

membuat Papa dan Mama semakin bangga karena telah berhasil menghantarkan anak perempuan bungsunya meraih gelar sarjana seperti yang diimpikan. Besar harapan penulis, semoga Tuhan selalu memberikan kesehatan, umur panjang, dan kesempatan bagi Papa dan Mama untuk menyaksikan keberhasilan-keberhasilan lain yang akan penulis capai di masa mendatang.

11. Kepada kakak-kakak tercinta, Alfian, Marini dan Wirandi. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu menguatkan setiap langkah penulis. Kalian telah menjadi contoh nyata dalam menunjukkan arti kerja keras, ketulusan hati, dan kebersamaan yang tak tergoyahkan. Setiap motivasi dan bantuan yang kalian berikan menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendirian, melainkan selalu dikelilingi cinta keluarga yang tulus. Kehadiran kalian adalah anugerah berharga yang senantiasa penulis syukuri sepanjang hidup.
12. Kepada rekan *Business Plan*, Tasya Stevani Wenas. Terima kasih atas kerja sama, dukungan, dan kebersamaan yang telah terjalin selama proses penyusunan ini. Perjalanan menyelesaikan *Business Plan* ini tentu tidak lepas dari diskusi, saling memberi masukan, dan saling menguatkan di tengah tantangan yang ada. Semangat, ide-ide, dan dedikasi yang Tasya berikan menjadi bagian penting dalam tercapainya hasil yang kita raih hari ini. Semoga kebersamaan ini tidak hanya berhenti pada karya ini, tetapi terus berlanjut dalam meraih impian dan keberhasilan di masa depan.
13. Untuk teman-teman penulis, Valencia, Syalom dan Injili sahabat seperjuangan sejak masa kecil. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan

hidup saya, selalu hadir memberi semangat, dukungan, dan kebahagiaan di setiap langkah.

14. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan *Business Plan* ini yang tidak sempat penulis sebutkan.

Susunan *Business Plan* ini telah penulis buat dengan sebaik mungkin. Namun, penulis menyadari masih terdapat kesalahan maupun kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan dalam penulisan *Business Plan* ini.

Manado, 10 September 2025

Penulis,

Serina Tumiwa

BIODATA MAHASISWA

Nama Lengkap : Tasya Stevani Wenas
NIM : 21053203
Tempat, Tanggal Lahir : Woloan, 13 September 2003
Alamat : Kel.Woloan Tiga, Lingk.VIII, Kota Tomohon
Nama Ayah : Alm. Stenly Wenas
Nama Ibu : Alma. Yunita Pondaag
Alamat Orang Tua/Wali : Kel.Woloan Tiga, Lingk.VIII, Kota Tomohon
Daerah Asal : Kel.Woloan Tiga, Lingk.VIII, Kota Tomohon
Judul : "Batako Roster dari Limbah Sekam Padi (Huskbrick)"
Dosen Pembimbing : 1. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
2. Jacob Tateol S. Makapedua, SE. MTDev
Dosen Penguji : 1. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
2. Jemmry Recy Winokan, SE., M.Si
3. Juliet P.T Makinggung, SE.M.Si
Waktu Pelaksanaan Ujian : 03 September 2025



Manado, 03 September 2025

Yang membuat pernyataan,

Tasya Stevani Wenas
NIM. 21 053 203

BIODATA MAHASISWA

Nama Lengkap : Serina Tumiwa
NIM : 21053057
Tempat, Tanggal Lahir : Kumelembuai, 20 Oktober 2002
Alamat : Jg.1 Desa Lansot, Kec. Tareran
Nama Ayah : Joppy D. Tumiwa
Nama Ibu : Elen F. Manorek
Alamat Orang Tua/Wali : Jg.1 Desa Lansot, Kec. Tareran
Daerah Asal : Jg.1 Desa Lansot, Kec. Tareran
Judul : "Batako Roster dari Limbah Sekam Padi
(Huskbrick)"
Dosen Pembimbing : 1. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
2. Jacob Tateol S. Makapedua, SE. MTDev
Dosen Penguji : 1. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
2. Jemmry Recy Winokan, SE., M.Si
3. Juliet P.T Makinggung, SE.M.Si
Waktu Pelaksanaan Ujian : 03 September 2025



Manado, 03 September 2025

Yang membuat pernyataan,

Serina Tumiwa
NIM. 21 053 057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
BIODATA MAHASISWA.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
RINGKASAN EKSEKUTIF	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Prospek Pasar.....	1
1.2 Manfaat Ekonomi	3
1.3 Manfaat Sosial.....	4
1.4 Visi Misi dan Tujuan	5
BAB II PASAR DAN PEMASARAN	7
2.1 Gambaran Umum Pasar Sasaran	7

2.1.1 Jenis Produk Yang Dipasarkan.....	8
2.1.2 Wilayah Pemasaran.....	9
2.2 Permintaan.....	10
2.2.1 Jumlah Permintaan Terhadap Produk	11
2.2.2 Proyeksi Permintaan	14
2.3 Penawaran (<i>Competitors</i>).....	15
2.4 Pangsa Pasar	17
2.5.1 Strategi Pemasaran Pesaing	21
2.5.2 Rencana Strategi Pemasaran.....	22
BAB III PRODUKSI DAN OPERASI	29
3.1 Produk dan Proses Produk.....	29
3.1.1 Produk.....	29
3.1.2. Proses Produksi.....	33
3.2 Rencana Produksi	35
3.2.1 Rencana Kebutuhan Bahan Baku	36
3.2.2 Harga Pokok Produksi	37
3.3 Rencana kebutuhan Tenaga kerja langsung.....	39
3.4 Kebutuhan mesin dan peralatan.....	40
3.5 Tanah dan bangunan	40
3.6 Kebutuhan Utilitas/sarana lainnya.....	41

3.7 Rencana Biaya Umum Pabrik	42
BAB IV ORGANISASI DAN MANAJEMEN.....	44
4.1 Bentuk Kepemilikan.....	44
4.2 Organisasi dan tata kerja	45
4.3 Kebutuhan Tenaga Kerja Tak Langsung.....	50
4.4 Jenis-Jenis Perizinan.....	51
4.5 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Kegiatan.....	52
4.6 Kebutuhan Investasi Kantor	53
4.7 Rencana Biaya Umum.....	54
BAB V KEUANGAN	55
5. 1 Laporan Keuangan.....	55
5.1.1. Biaya-Biaya Memulai Usaha	55
5.1.2. Proyeksi Laporan Rugi Laba	59
5.1.3. Proyeksi Analisa Arus Kas.....	63
5.1.4. Neraca	66
BAB VI ANALISA USAHA.....	68
6.1 Analisa Kelayakan Usaha	68
6.1.1 <i>Net Profit Value</i> (NPV)	68
6.1.2 <i>Internal Rate Of Return</i> (IRR).....	69
6.1.3 <i>Payback Period</i> (PP).....	71

6.1.4 <i>Profitability Index</i> (PI).....	71
6.2 Estimasi BEP	72
6.2.1 BEP Rupiah.....	72
6.2.2 BEP Unit	73
6.3 Analisis keuangan.....	74
6.3.1. Rasio profitabilitas.....	74
6.3.2. Rasio likuiditas	77
6.3.3. Rasio aktivitas.....	77
BAB VII PENUTUP.....	79
7.1 Kesimpulan.....	79
7.2 Saran	80
DAFTAR REFERENSI	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2. 2	Jumlah kebutuhan.....	14
2. 3	Kebutuhan per tahun	14
2. 4	Proyeksi permintaan.....	15
2. 5	Aktivitas penjualan pesaing.....	16
2. 6	Proyeksi Penawaran	17
2. 7	Pangsa Pasar.....	19
2. 8	Budget Penjualan	28
2. 9	Budget Biaya Penjualan	29
3. 1	Bahan-bahan.....	33
3. 2	Rencana Produksi.....	36
3. 3	Kebutuhan Bahan Baku.....	37
3. 4	Harga Pokok Produksi.....	38
3. 5	Profit Margin.....	38
3. 6	Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung	39
3. 7	Kebutuhan mesin dan peralatan	40
3. 8	Biaya Tanah Bangunan.....	41
3. 9	Kebutuhan Utilitas	42
3. 10	Rencana Biaya Umum Pabrik	43
4. 1	Bentuk Kepemilikan.....	44
4. 2	Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	51
4. 3	Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Kegiatan	53

4. 4 Kebutuhan Investasi Kantor.....	54
4. 5 Rencana Biaya Umum.....	54
5. 1 Sumber Pendanaan.....	56
5. 2 Kebutuhan Modal Investasi.....	57
5. 3 Biaya Penyusutan.....	58
5. 4 Kebutuhan Modal Kerja.....	59
5. 5 Laporan Laba Rugi.....	61
5. 6 Laporan Alur Kas.....	64
5. 7 Neraca.....	67
6. 1 Net Present Value.....	69
6. 2 Internal Rate Of Return.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Hal
4. 1	Struktur Organisasi Huskbrick.....	46
4. 2	Nomor Induk Berusaha	52

RINGKASAN EKSEKUTIF

Huskbrick adalah sebuah usaha rintisan berbasis lingkungan yang mengembangkan produk batako roster dari limbah sekam padi sebuah inovasi dalam industri bahan bangunan ramah lingkungan yang bertujuan untuk menyelaraskan kebutuhan konstruksi modern dengan keberlanjutan lingkungan. Produk ini dirancang tidak hanya sebagai elemen fungsional bangunan (ventilasi dan pencahayaan alami), tetapi juga sebagai elemen estetika, dengan tambahan fitur *glow in the dark* yang menjadikannya menarik untuk digunakan pada hunian, cafe, bangunan publik, dan proyek arsitektur kreatif lainnya. Usaha ini hadir dengan visi: “Menjadi pelopor dalam industri bahan bangunan hijau di Manado.” Misinya meliputi: Mengolah limbah sekam padi menjadi produk batako roster yang ramah lingkungan dan bernilai ekonomis, Menyediakan bahan bangunan alternatif yang berkualitas, estetis, dan terjangkau bagi masyarakat, Mendorong kesadaran masyarakat dan pelaku industri terhadap pentingnya penggunaan material berkelanjutan, Memberdayakan petani dan masyarakat lokal melalui kemitraan dalam pengumpulan dan pengolahan limbah, Mendukung pembangunan Kota Manado yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan melalui inovasi produk.

Huskbrick menciptakan nilai tambah dengan mengolah limbah pertanian, khususnya sekam padi, menjadi produk bernilai jual tinggi berupa batako roster ramah lingkungan. Upaya ini mendukung prinsip ekonomi sirkular dan berkontribusi pada pengurangan limbah.

Usaha ini membuka lapangan kerja baru, memberikan penghasilan tambahan bagi petani lokal, serta menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan produk ramah lingkungan dalam sektor konstruksi.

Potensi pasar Huskbrick sangat besar, terutama di Kota Manado dan sekitarnya, seiring meningkatnya tren pembangunan rumah dan gedung. Permintaan batako roster diperkirakan mencapai 646.925pcs pada tahun 2025, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 2%. Penawaran dari pesaing masih terbatas, sehingga membuka peluang pasar yang luas. Kapasitas produksi Huskbrick sebesar 37.440pcs per tahun ditargetkan mampu menguasai 11,11% pasar, dan akan ditingkatkan melalui perluasan distribusi, kerja sama dengan kontraktor lokal, serta partisipasi aktif dalam pameran dan expo bahan bangunan.

Strategi promosi difokuskan pada digital marketing melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Konten yang dibagikan mencakup foto produk, video demonstrasi, testimoni pelanggan, dan informasi edukatif mengenai manfaat batako ramah lingkungan serta tren arsitektur hijau. WhatsApp Bisnis digunakan sebagai kanal komunikasi langsung untuk melayani pelanggan secara responsif, memberikan penawaran khusus, dan memproses pemesanan secara cepat dan personal. Kombinasi ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran pasar dan mendorong penjualan secara berkelanjutan.

Diferensiasi produk menjadi kekuatan utama, dengan menghadirkan desain motif yang unik, fitur cahaya malam, penggunaan bahan lokal, serta harga jual yang kompetitif sebesar Rp20.000 per pcs untuk proyek kecil dan Rp15.000 per pcs

untuk proyek besar, lebih rendah dibanding harga pasar yang berkisar antara Rp25.000 hingga Rp30.000.

Operasional usaha dijalankan oleh enam tenaga kerja. Empat orang menempati posisi strategis dalam bidang Pimpinan, Pemasaran, Produksi, dan Keuangan. Dua orang tambahan bertugas khusus untuk mendukung proses produksi harian agar berjalan lancar dan efisien.

Proyeksi keuangan menunjukkan bahwa usaha ini mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp52.797.200 dalam tahun pertama. Nilai ini mencerminkan potensi keuntungan yang menjanjikan bagi pertumbuhan jangka panjang.

Huskbrick hadir sebagai solusi alternatif dalam industri bahan bangunan yang ramah lingkungan. Inovasi produk, strategi bisnis yang terstruktur, dan pemberdayaan sumber daya lokal menjadi landasan dalam membangun usaha berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, Huskbrick diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan hijau dan menjadi simbol transformasi limbah menjadi peluang di wilayah Sulawesi Utara.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Prospek Pasar

Prospek pasar adalah gambaran atau potensi peluang yang dimiliki suatu produk atau layanan untuk berkembang dan diterima di pasar sasaran dalam jangka waktu tertentu. Prospek pasar mencakup sejauh mana permintaan konsumen terhadap produk tersebut, tren pasar yang sedang berkembang, tingkat persaingan, serta faktor ekonomi, sosial, dan teknologi yang dapat memengaruhi keberhasilan penjualan produk.

Ketersediaan bahan baku berupa limbah sekam padi sangat mendukung kelangsungan produksi batako ini. Pada tahun 2024, total luas panen padi di Sulawesi Utara mencapai 59,12 ribu hektare dengan total produksi sebesar 273,13 ribu ton gabah kering giling (GKG). Dari jumlah tersebut, produksi beras mencapai 153,48 ribu ton, sementara sisanya menghasilkan limbah pertanian seperti sekam padi dalam jumlah besar. Sebagian kecil petani memanfaatkan sekam padi sebagai bahan pupuk organik atau campuran kompos, namun sebagian besar tidak dikelola secara optimal. Banyak dari limbah sekam ini akhirnya hanya dibakar di lahan terbuka, yang tidak hanya menyia-nyaiakan potensinya, tetapi juga menimbulkan polusi udara dan berdampak buruk terhadap lingkungan. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan solusi yang dapat mengubah limbah menjadi produk

bernilai guna, seperti batako roster ramah lingkungan yang berbasis pada prinsip keberlanjutan dan pemberdayaan sumber daya lokal.

Usaha batako roster berbahan dasar limbah sekam padi memiliki prospek pasar yang sangat menjanjikan di Kota Manado, terutama melihat tren pembangunan yang berlangsung sejak tahun 2024 dan diperkirakan terus berlanjut hingga 2025. Kota Manado mengalami lonjakan pembangunan perumahan, baik yang bersifat subsidi maupun komersial, dengan pusat-pusat pertumbuhan baru bermunculan di kawasan seperti Mapanget, Tikala, Wanea, Malalayang, dan sepanjang jalur strategis Jalan Ringroad. Peningkatan permintaan terhadap hunian baru ini mendorong kebutuhan akan material bangunan dalam jumlah besar, termasuk elemen dekoratif seperti batako roster, yang kini menjadi pilihan populer dalam desain rumah tropis modern.

Batako roster digunakan secara luas sebagai ventilasi alami, elemen fasad, hingga pembatas antar ruang terbuka fungsi yang sangat relevan dengan iklim panas dan lembap seperti di Manado. Dalam beberapa tahun terakhir, tren desain arsitektur tropis yang mengedepankan sirkulasi udara alami dan pencahayaan pasif semakin digemari. Kondisi ini menjadikan batako roster sebagai salah satu komponen penting dalam proyek pembangunan rumah dan bangunan komersial. Di sisi lain, muncul pula kesadaran baru di kalangan konsumen dan pengembang terhadap penggunaan material yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Hal ini membuka peluang besar bagi produk alternatif seperti batako roster yang diproduksi dengan memanfaatkan limbah sekam padi sumber daya lokal yang melimpah di daerah sekitar Manado.

Pasar potensial untuk produk ini tidak terbatas pada pengembang perumahan berskala besar. Toko bahan bangunan lokal, kontraktor, arsitek, hingga konsumen individu yang ingin memperindah tampilan rumah juga menjadi target utama. Strategi pemasaran dirancang untuk menjangkau berbagai segmen, terutama kalangan menengah hingga atas. Keunggulan produk tidak hanya terletak pada aspek estetika, tetapi juga pada harga yang lebih kompetitif dan dampak lingkungan yang lebih rendah dibandingkan batako konvensional. Inovasi ini memiliki peluang besar untuk menarik perhatian program-program pemerintah daerah yang mendukung industri kreatif lokal, pengelolaan limbah, serta pembangunan berkelanjutan.

Kebutuhan akan bahan bangunan di Manado terus meningkat, didukung oleh tren konsumen yang mulai beralih ke produk ramah lingkungan serta ketersediaan bahan baku lokal yang murah dan berlimpah. Kondisi ini menjadikan usaha batako roster memiliki daya saing tinggi dan prospek pasar yang kuat. Dengan perencanaan yang matang dan distribusi yang tepat, batako roster dari limbah sekam padi berpotensi berkembang menjadi salah satu alternatif material bangunan unggulan di Sulawesi Utara.

1.2 Manfaat Ekonomi

Produk Huskbrick memiliki manfaat ekonomi. Adapun manfaat ekonominya yaitu sebagai berikut ;

- a. Mengubah limbah sekam padi menjadi bahan bangunan bernilai jual tinggi.
- b. Menambah pendapatan petani melalui penjualan limbah sekam padi.
- c. Menciptakan lapangan kerja baru di bidang produksi dan distribusi batako.

- d. Menekan biaya produksi karena bahan baku yang murah dan mudah didapat.
- e. Meningkatkan potensi usaha mikro dan industri kreatif lokal.
- f. Memenuhi kebutuhan pasar akan material bangunan ramah lingkungan.
- g. Mendukung program pemerintah di bidang pengelolaan limbah dan ekonomi hijau.
- h. Menarik peluang kerja sama, pendanaan, atau insentif dari sektor publik dan swasta.
- i. Mengurangi polusi akibat pembakaran sekam padi secara sembarangan.
- j. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis sumber daya pertanian.

1.3 Manfaat Sosial

Produk Huskbrick memiliki manfaat Sosial. Adapun manfaat sosialnya yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Pemilik

Pemanfaatan sekam padi menjadi batako roster memberi dampak sosial yang positif. Usaha ini membangun citra sebagai pelaku bisnis yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat. Selain itu, keterlibatan langsung dengan petani dan warga sekitar menciptakan hubungan sosial yang kuat dan membuka peluang kerja sama dengan pemerintah atau komunitas yang mendukung ekonomi hijau dan pengelolaan limbah.

b. Bagi Petani

Usaha ini memberikan tambahan penghasilan dari hasil samping pertanian yang sebelumnya dianggap tidak berguna. Sekam padi yang

biasanya dibuang atau dibakar kini memiliki nilai jual, sehingga petani lebih terdorong untuk mengelola limbah secara bijak. Selain meningkatkan kesejahteraan, hal ini juga menumbuhkan kesadaran baru tentang pentingnya keberlanjutan dalam praktik pertanian.

c. Bagi Masyarakat

Hadirnya usaha batako roster menciptakan lapangan kerja baru di sekitar lokasi produksi, baik sebagai tenaga pengolah, pengangkut, maupun tenaga penjualan. Pengurangan praktik pembakaran sekam juga berdampak positif terhadap kualitas udara dan kesehatan lingkungan. Lebih jauh lagi, masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya inovasi berbasis limbah dan mulai mendukung gerakan menuju lingkungan yang lebih bersih dan berkelanjutan.

1.4 Visi Misi dan Tujuan

a. Visi dan Misi

Visi “Menjadi pelopor dalam industri bahan bangunan hijau di Kota Manado.”

Misi

1. Mengolah limbah sekam padi menjadi produk batako roster yang ramah lingkungan dan bernilai ekonomis.
2. Menyediakan bahan bangunan alternatif yang berkualitas, estetis, dan terjangkau bagi masyarakat.
3. Mendorong kesadaran masyarakat dan pelaku industri terhadap pentingnya penggunaan material berkelanjutan.

4. Memberdayakan petani dan masyarakat lokal melalui kemitraan dalam pengumpulan dan pengolahan limbah.
5. Mendukung pembangunan Kota Manado yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan melalui inovasi produk.

b. Tujuan usaha

Usaha batako roster dari limbah sekam padi didirikan dengan tujuan utama untuk menghasilkan produk material bangunan yang tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga ramah lingkungan dan berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan di Kota Manado dan sekitarnya. Dalam menghadapi meningkatnya kebutuhan akan bahan bangunan dekoratif seiring pesatnya pertumbuhan sektor perumahan dan konstruksi di wilayah ini, usaha ini bertujuan untuk menjadi solusi inovatif yang memadukan potensi sumber daya lokal dengan teknologi produksi sederhana namun efektif.

BAB II

PASAR DAN PEMASARAN

2.1 Gambaran Umum Pasar Sasaran

Pasar merupakan suatu mekanisme yang menghubungkan pembeli dan penjual dalam melakukan transaksi ekonomi. Meskipun tidak memiliki batas geografis yang jelas, pasar dapat terbentuk di berbagai tempat, seperti pasar tradisional, *supermarket*, dan *platform online*. Penentuan pasar sasaran atau target sasaran dalam pemasaran pendidikan yaitu sama dengan pemasaran pada umumnya. Kasmir memberikan definisi bahwa dalam menetapkan pasar sasaran ialah mengevaluasi keaktifan setiap segmen dan kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya Tarik segmen kemudian segmen sasaran (Kasmir, 2014). Tujuan dari strategi ini untuk mengelompokkan dan membuat keputusan segmen pasar dari keseluruhan pasar jasa pendidikan yang telah berjalan (Narazudin & Fuzan, 2006).

Hasil dari indentifikasi pasar yang didapat kemudian dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Saat menentukan segmen pasar, perlu memperhatikan variabel kunci segmen pasa Menurut Daryanto (2011:42) pasar sasaran adalah proses mengevaluasi daya Tarik segmen pasar dan memilih satu atau beberapa untuk dimasuki. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012:162) pasar sasaran adalah proses

mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan.

2.1.1 Jenis Produk Yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan oleh Huskbrick merupakan batako roster inovatif yang menggunakan limbah sekam padi sebagai bahan dasarnya, menjadikannya pilihan ramah lingkungan dan berkelanjutan untuk kebutuhan konstruksi modern. Batako roster ini hadir dalam berbagai motif geometris yang dirancang secara khusus untuk memberikan nilai estetika tinggi sekaligus fungsi ventilasi alami yang sangat penting dalam iklim tropis seperti di Manado. Produk Huskbrick sangat cocok digunakan sebagai elemen fasad bangunan, pembatas ruang, maupun ventilasi pada rumah tinggal maupun gedung komersial. Keunggulan utama dari Huskbrick adalah tambahan cet *glow in the dark* pada permukaannya, yang memberikan efek cahaya unik dan menarik terutama saat malam hari, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai material bangunan tetapi juga sebagai elemen dekoratif yang dapat meningkatkan keindahan dan keunikan bangunan.

Semua produk Huskbrick dirancang dengan memperhatikan kekuatan dan daya tahan material agar memenuhi standar konstruksi yang baik. Dengan menggabungkan estetika, inovasi teknologi cet *glow in the dark*, dan pemanfaatan limbah sekam padi yang melimpah sebagai bahan baku, Huskbrick menawarkan solusi bahan bangunan yang ekonomis dan berwawasan lingkungan. Produk ini menjadi alternatif

unggulan bagi para pengembang, kontraktor, dan pemilik rumah yang ingin membangun dengan bahan yang tidak hanya kuat dan fungsional, tetapi juga memberikan nilai tambah estetika dan mendukung keberlanjutan lingkungan.

2.1.2 Wilayah Pemasaran

Menurut Kotler (2014), yang mendefinisikan bahwa “Pemasaran diartikan sebagai suatu proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.” Sedangkan menurut William J. Stanton & Charles Futrell dalam Bashu Swasta (2012) mendefinisikan bahwa “Pemasaran merupakan system keseluruhan dari adanya kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga serta mendistribusikan barang atau jasa serta ide kepada pasar sasaran yang dituju sehingga dapat mencapai tujuan organisasi dengan baik.” Dari beberapa defenisi tersebut di atas, maka disimpulkan bahwa : “Pemasaran adalah suatu proses kegiatan untuk berinteraksi antara individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan atau menawarkan produk dan jasa pada pelanggan”.

Wilayah pemasaran produk Huskbrick mencakup area Kota Manado dan sekitarnya, termasuk kawasan-kawasan yang sedang mengalami perkembangan pesat seperti Mapanget, Tikala, Wanea, Malalayang, serta sepanjang jalur strategis Jalan Ringroad. Fokus

pemasaran juga diarahkan ke wilayah-wilayah di Sulawesi Utara yang memiliki potensi pembangunan perumahan dan gedung komersial yang tinggi. Selain itu, produk Huskbrick dipasarkan melalui toko bahan bangunan lokal, kontraktor, dan arsitek yang berperan sebagai mitra distribusi utama. Dengan pendekatan pemasaran yang menyoar pengembang properti, pelaku UMKM, serta konsumen individu yang ingin menggunakan material bangunan ramah lingkungan, Huskbrick berupaya memperluas jangkauan pasar secara bertahap hingga ke wilayah kabupaten dan kota lain di provinsi tersebut. Strategi ini didukung oleh penggunaan media sosial dan promosi langsung yang menonjolkan keunggulan produk dalam hal estetika, fungsi, dan keberlanjutan.

2.2 Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen pada tingkat harga tertentu dalam jangka waktu tertentu. Permintaan mencerminkan keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli produk di pasar.

Menurut Mankiw (2014), permintaan adalah keinginan, kemampuan, dan kesediaan konsumen untuk membeli barang atau jasa pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu. Sedangkan menurut Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus (2001), permintaan adalah jumlah suatu barang atau jasa yang diinginkan konsumen untuk dibeli pada berbagai tingkat harga, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Definisi lain dari Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli untuk membeli produk tertentu. Dalam konteks bisnis, memahami permintaan sangat penting untuk menentukan strategi pemasaran dan produksi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar secara optimal.

2.2.1 Jumlah Permintaan Terhadap Produk

1. Sasaran Pembeli

Segmentasi pasar adalah pembagian sebuah pasar ke dalam kelompok berbeda yang di tunjukan untuk melakukan pemasaran sesuai karakteristik, kebutuhan, serta keinginannya masing masing. Segmentasi pasar usaha Huskbrick terbagi atas 3 segmen utama, yaitu:

a. Segmentasi Geografi

Produk ini disasarkan di wilayah Kota Manado karena Kota Manado merupakan kota berkembang yang memiliki area pusat perkotaan yang padat dan daerah pinggiran yang mulai mengalami pertumbuhan infrastruktur. Kota Manado memiliki pola musim hujan dan kemarau sehingga produk ini berpotensi meningkatkan sirkulasi udara. Sebagai kota yang semakin peduli dengan isu lingkungan produk ini dapat menarik perhatian dan mendapat dukungan dari pemerintah Kota Manado.

b. Segmentasi Demografi

Produk Huskbrick ditujukan terutama untuk segmen kelas menengah ke atas di Manado yang memiliki pendapatan stabil dan

kemampuan finansial untuk memilih material bangunan berkualitas serta ramah lingkungan. Fokus pada kelas menengah ke atas memungkinkan Huskbrick menawarkan produk dengan inovasi dan kualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang mengedepankan investasi jangka panjang dan kepedulian terhadap lingkungan.

c. Segmentasi Psikografi

Produk ini menargetkan kepada konsumen yang peduli pada konsep *eco-friendly* dan *green building* atau yang tertarik pada desain arsitektur yang unik dan estetik.

2. Jumlah Konsumen

Berdasarkan data yang diambil dalam Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Utara pada bulan Maret tahun 2025, jumlah penduduk dalam Kota Manado yaitu 462.080 jiwa. Diasumsikan konsumen batako roster dalam satu tahun yaitu 2% dari jumlah penduduk dengan jumlah konsumen per tahun yaitu 9.242 jiwa. Diperkirakan jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek besar sekitar 60% yaitu 5.545 jiwa sedangkan Jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek kecil sekitar 40% yaitu 3.697 jiwa.

Tabel 2. 1
Jumlah Konsumen

Wilayah pemasaran	Jumlah konsumen per tahun (2%)	Jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek besar (60%)	Jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek kecil (40%)
Kota Manado	9.242 jiwa	5.545 jiwa	3.697 jiwa

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3. Jumlah Kebutuhan

Diasumsikan setiap konsumen untuk proyek besar membutuhkan 100pcs batako roster, sehingga diperkirakan untuk jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek besar 5.545 jiwa membutuhkan 554.500pcs. Diasumsikan setiap konsumen untuk proyek kecil membutuhkan 25pcs batako roster, sehingga diperkirakan untuk jumlah konsumen dalam 1 tahun untuk Proyek kecil 3.697 jiwa membutuhkan 92.425pcs. Sehingga jumlah kebutuhan konsumen sebesar 646.925pcs dalam 1 tahun.

Tabel 2. 2
Jumlah kebutuhan

Keterangan	Jumlah kebutuhan per orang dalam 1 tahun	Jumlah kebutuhan konsumen dalam 1 tahun
Konsumen proyek besar (5,545 jiwa)	100pcs	554.500pcs
Konsumen proyek kecil (3.697 jiwa)	25pcs	92.425 pcs

Sumber data : Data olahan tahun 2025

4. Kebutuhan Pertahun

Jumlah kebutuhan konsumen dalam 1 tahun untuk proyek besar yaitu 554.500pcs, sedangkan Jumlah kebutuhan konsumen dalam 1 tahun untuk proyek kecil yaitu 92.425pcs. Sehingga jumlah kebutuhan pertahun yaitu 646.925pcs.

Tabel 2. 3
Kebutuhan per tahun

Jumlah kebutuhan konsumen dalam 1 tahun untuk proyek besar	554.500pcs
Jumlah kebutuhan konsumen dalam 1 tahun untuk proyek kecil	92.425pcs
Jumlah kebutuhan per tahun	646.925pcs

Sumber data : Data olahan tahun 2025

2.2.2 Proyeksi Permintaan

Jumlah permintaan diproyeksikan mengalami kenaikan sebesar 2% setiap tahun. Angka 2% ini dipilih sebagai proyeksi yang optimis,

mengingat tren kesadaran masyarakat terhadap produk ramah lingkungan semakin meningkat. Peningkatan perhatian terhadap keberlanjutan dan pengelolaan limbah mendorong permintaan bahan bangunan yang inovatif dan *eco-friendly* seperti batako roster Huskbrick. Proyeksi kenaikan ini dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut :

Tabel 2. 4
Proyeksi permintaan

Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
Proyeksi Permintaan (2%)	646.925pcs	659.864pcs	673.061pcs	686.522pcs	700.252pcs

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan proyeksi permintaan per tahun yang naik 2% setiap tahunnya. Pada tahun 2025 proyeksi permintaan sebesar 646.925pcs, tahun 2026 naik 2% sehingga proyeksi permintaan sebesar 659.864pcs, tahun 2027 naik lagi 2% sehingga proyeksi permintaan sebesar 673.061pcs, tahun 2028 naik lagi 2% sehingga proyeksi permintaan sebesar 686.522pcs dan tahun 2029 naik lagi 2% sehingga proyeksi permintaan sebesar 700.252pcs.

2.3 Penawaran (*Competitors*)

Menurut T.Gilarso (2003), penawaran adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, sedangkan Menurut Gregory Mankiw (2000), Penawaran adalah kuantitas yang ditawarkan berhubungan dengan positif dengan harga

barang. Kuantitas yang ditawarkan meningkat ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun. Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan ini dinamakan hukum penawaran (*law of supply*) dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut akan meningkat.

1. Jumlah Produk Sejenis Dipasar

Berdasarkan hasil *survey* di wilayah pemasaran terdapat 3 pesaing dengan kapasitas produksi yang ditawarkan oleh masing-masing pesaing. Aktivitas penjualan pesaing dapat di lihat dalam tabel berikut :

Tabel 2. 5
Aktivitas penjualan pesaing

Nama Usaha Pesaing	Kapasitas Produksi Per Tahun/Pcs
Raja Roster Manado	150.000pcs
Aneka Roster Beton	90.000pcs
Pesaing Lainnya	70.000pcs
Jumlah	310.000pcs

Sumber data : Data olahan tahun 2025

2. Kapasitas Produksi Pesaing

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan Raja Roster Manado memiliki kapasitas produksi sebesar 150.000pcs dalam 1 tahun, Aneka Roster Beton memiliki kapasitas produksi sebesar 90.000pcs dalam 1 tahun dan Pesaing lainnya memiliki kapasitas produksi 70.000pcs dalam 1 tahun. Sehingga total kapasitas produksi dalam 1 tahun pada ketiga toko tersebut yaitu 310.000pcs.

3. Proyeksi Penawaran

Proyeksi penawaran diproyeksikan 5 tahun kedepan dengan Tingkat pertumbuhan 2% setiap tahunnya. Proyeksi penawaran dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 6
Proyeksi Penawaran

Tahun	Jumlah Penawaran
2025	310.000pcs
2026	316.200pcs
2027	322.524pcs
2028	328.974pcs
2029	335.554pcs

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Setiap tahunnya diperkirakan proyeksi penawaran naik 2% karena adanya perkembangan teknologi yang dapat menunjang kegiatan produksi produk. Sehingga diasumsikan proyeksi penawaran pada tahun 2025 yaitu 310.000pcs, tahun 2026 yaitu 316.200pcs, tahun 2027 yaitu 322.524pcs, tahun 2028 yaitu 328.974pcs dan tahun 2029 yaitu 335.554pcs.

2.4 Pangsa Pasar

Pangsa pasar (*market share*) dapat diartikan sebagai bagian pasar yang dikuasi oleh suatu Perusahaan atau presentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu (William, 1984).

Usaha Huskbrick memiliki kemampuan untuk memproduksi 130pcs batako roster dalam 1 hari, 3.120pcs batako roster dalam 1 bulan dan 37.440pcs

batako roster dalam 1 tahun. Adapun pangsa pasar yang dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2. 7
Pangsa Pasar

Tahun	Permintaan Per Tahun (pcs)	Total Penawaran Per Tahun(pcs)				Peluang pasar (pcs) (52,08%)	Rencana penjualan Per Tahun (naik 2%)	Market Share
		Raja Roster Manado (23,18%)	Aneka Roster Beton (13,91%)	Pesaing Lainnya (10,82%)	Total (47,91%)			
2025	646.925	150.000	90.000	70.000	310.000	336.925	37.440	11,11%
2026	659.864	153.000	91.800	71.400	316.200	343.664	38.189	11,11%
2027	673.061	156.060	93.636	72.828	322.524	350.537	38.953	11,11%
2028	686.522	159.181	95.508	74.285	328.974	357.548	39.732	11,11%
2029	700.252	162.365	97.419	75.770	335.554	364.698	40.526	11,11%

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar yang tersedia di tahun 2025 hingga tahun 2029 sebesar 11,11%.

2.5 Rencana dan Strategi Pemasaran

Rencana pemasaran merupakan panduan tertulis yang memuat langkah-langkah dan kebijakan strategis perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), rencana pemasaran adalah dokumen tertulis yang merangkum apa yang akan dilakukan oleh organisasi dalam upaya pemasarannya, mencakup analisis situasi, tujuan, strategi, program tindakan, hingga proyeksi keuangan. Hal senada disampaikan oleh William J. Stanton (1994), yang menyatakan bahwa rencana pemasaran adalah pedoman yang menjelaskan aktivitas pemasaran yang akan dilakukan perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, David A. Aaker (2011) menyebut rencana pemasaran sebagai arahan yang menyeluruh terhadap seluruh fase pemasaran, mulai dari penetapan target pasar, strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), hingga alokasi sumber daya.

Strategi pemasaran, adalah pendekatan menyeluruh yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dan membangun hubungan yang bernilai dengan pelanggan. Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012) menjelaskan bahwa strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai dan mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan sasaran. Menurut Michael Porter (1985), strategi pemasaran adalah bagian dari strategi kompetitif perusahaan yang bertujuan menciptakan keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan fokus pasar. Sedangkan Jay B. Barney (1991) menyatakan bahwa strategi merupakan pola yang mengintegrasikan tujuan utama,

kebijakan, dan tindakan perusahaan menjadi satu kesatuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Rencana pemasaran berperan sebagai panduan teknis, sedangkan strategi pemasaran merupakan pendekatan konseptual untuk menjangkau pasar secara efektif dan bersaing di dalamnya.

2.5.1 Strategi Pemasaran Pesaing

1. Produk

Pesaing menawarkan produk sejenis yaitu batako roster. Pesaing menghadirkan beberapa jenis batako roster dengan variasi desain dan ukuran yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dari sisi bahan baku, umumnya pesaing memproduksi batako roster menggunakan campuran semen, pasir, air dan casting plaster.

2. Harga

Pesaing menawarkan produk mereka dengan harga yang terbilang masih bisa dijangkau oleh Masyarakat. Kisaran harga Rp.25.000–Rp.30.000.

3. Promosi

Pesaing mempromosikan produk mereka memajang Baliho di depan toko dan mempromosikan lewat media sosial seperti forum penjualan di Facebook.

4. Distribusi

Distribusi yang dilakukan yaitu melakukan pengantaran produk langsung kepada konsumen dengan pembayaran yang sudah di bayarkan sebagian dari total harga yang dilakukan di awal sebagai tanda jadi atau

komitmen pembelian. Pesaing pun mendistribusikan produknya melalui retail/toko bangunan.

2.5.2 Rencana Strategi Pemasaran

1. Produk

a. Bahan baku ramah lingkungan

Terbuat dari limbah sekam padi, membantu mengurangi pencemaran dan mendukung konsep pembangunan berkelanjutan.

b. Kualitas teruji

Telah melewati uji laboratorium dengan hasil tingkat kekuatan yang sangat baik, sehingga aman, andal, dan tahan lama digunakan sebagai material bangunan. Dari hasil uji laboratorium menggunakan 3 sampel roster, sampel 1 menghasilkan maximum load sebesar 7668kgf, sampel 2 menghasilkan maximum load sebesar 2706kgf dan sampel 3 menghasilkan maximum load sebesar 5479kgf.

c. Nilai estetika tinggi

Batako roster yang diproduksi Huskbrick tidak hanya berfungsi sebagai ventilasi alami sekaligus elemen dekoratif pada dinding, fasad, maupun pembatas ruang, tetapi juga tersedia dalam berbagai varian bentuk dan pola. Ragam desain ini memberikan fleksibilitas bagi arsitek maupun pemilik bangunan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan estetika dan konsep desain bangunan yang diinginkan.

d. Inovasi unik

Dilengkapi fitur cat *glow in the dark* yang mampu memancarkan cahaya di malam hari, menambah kesan artistik sekaligus mendukung pencahayaan.

e. Fungsional sekaligus modern

Memadukan fungsi struktur, estetika, dan ramah lingkungan dalam satu produk.

f. Kontribusi sosial & lingkungan

Memanfaatkan limbah pertanian sebagai material bernilai tambah, sehingga memberi solusi inovatif untuk material bangunan masa depan.

2. Harga

Produk Huskbrick ditawarkan dengan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing karena biaya produksinya dapat ditekan melalui pemanfaatan limbah sekam padi sebagai bahan baku utama. Strategi ini membuat harga jual Huskbrick jauh lebih kompetitif dibandingkan harga pasar batako roster yang berkisar antara Rp25.000 hingga Rp30.000 per unit. Untuk proyek berskala besar yang melibatkan kontraktor, arsitek, toko bahan bangunan, maupun pengembang properti, Huskbrick memberikan harga khusus sebesar Rp15.000 per unit. Harga ini dimungkinkan karena adanya pembelian dalam jumlah besar yang menurunkan biaya distribusi serta memberikan keuntungan skala ekonomi, sehingga mampu menghemat total biaya proyek.

Sementara itu, untuk proyek berskala kecil yang ditujukan kepada masyarakat umum, Huskbrick menawarkan harga Rp20.000 per unit, yang tetap lebih terjangkau dibandingkan harga pasar. Dengan demikian, baik untuk kebutuhan pembangunan skala besar maupun kecil, Huskbrick mampu menghadirkan material bangunan yang kuat, estetis, ramah lingkungan, dan tetap ekonomis bagi semua kalangan.

3. Promosi

Produk Huskbrick ditawarkan dengan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing karena biaya produksinya dapat ditekan melalui pemanfaatan limbah sekam padi sebagai bahan baku utama. Strategi ini membuat harga jual Huskbrick jauh lebih kompetitif dibandingkan harga pasar batako roster yang berkisar antara Rp25.000 hingga Rp30.000 per unit. Untuk proyek berskala besar yang melibatkan kontraktor, arsitek, toko bahan bangunan, maupun pengembang properti, Huskbrick memberikan harga khusus sebesar Rp15.000 per unit. Harga ini dimungkinkan karena adanya pembelian dalam jumlah besar yang menurunkan biaya distribusi serta memberikan keuntungan skala ekonomi, sehingga mampu menghemat total biaya proyek. Sementara itu, untuk proyek berskala kecil yang ditujukan kepada masyarakat umum, Huskbrick menawarkan harga Rp20.000 per unit, yang tetap lebih terjangkau dibandingkan harga pasar. Dengan demikian, baik untuk kebutuhan pembangunan skala besar maupun

kecil, Huskbrick mampu menghadirkan material bangunan yang kuat, estetis, ramah lingkungan, dan tetap ekonomis bagi semua kalangan.

Usaha Huskbrick akan mempromosikan produk melalui dua pendekatan utama, yaitu *direct marketing* dan *digital marketing*, untuk menjangkau pelanggan secara efektif dan luas. Pada *direct marketing*, kami akan melakukan promosi secara langsung dengan berpartisipasi dalam berbagai pameran dan expo terkait industri konstruksi dan material bangunan. Kami akan menyediakan booth interaktif yang memungkinkan pengunjung melihat langsung kualitas produk Huskbrick. Selain itu, kami juga akan menyebarkan brosur dan katalog produk yang dirancang menarik kepada kontraktor, arsitek, toko bahan bangunan, dan pengembang properti, sehingga mereka dapat memperoleh informasi lengkap dan jelas tentang keunggulan produk. Pendekatan ini bertujuan membangun hubungan personal dan kepercayaan yang kuat dengan calon pembeli.

Usaha ini memanfaatkan *digital marketing* dengan mengelola media sosial seperti Facebook dan Instagram secara aktif. Melalui platform ini, kami rutin membagikan konten-konten menarik berupa foto produk berkualitas tinggi, video demo, testimoni pelanggan, serta informasi edukatif tentang manfaat batako ramah lingkungan dan tren arsitektur hijau. Selain itu, untuk mempermudah komunikasi dan pelayanan pelanggan, kami menggunakan WhatsApp Bisnis sebagai kanal langsung untuk menjawab pertanyaan, memberikan penawaran

khusus, serta memproses pemesanan dengan respons cepat dan personal. Dengan kombinasi antara *direct marketing* yang personal dan *digital marketing* yang modern dan interaktif, kami percaya strategi promosi ini akan meningkatkan kesadaran pasar, menarik minat konsumen, dan mendorong peningkatan penjualan produk Huskbrick secara berkelanjutan.

4. Distribusi

Usaha Huskbrick menerapkan strategi distribusi yang menyeluruh untuk memastikan produk mudah dijangkau oleh berbagai segmen pasar. Distribusi utama dilakukan langsung dari lokasi produksi agar pengiriman dapat berlangsung cepat dengan pengendalian kualitas yang maksimal. Selain itu, produk juga disediakan di toko-toko bangunan dan material strategis yang tersebar di wilayah dengan potensi pembangunan tinggi, sehingga pelanggan yang mencari bahan bangunan ramah lingkungan dapat dengan mudah memperoleh Huskbrick.

Kemitraan khusus dibangun dengan kontraktor bangunan dan arsitek sebagai pelaku utama proyek konstruksi, sehingga mereka mendapatkan akses prioritas dan layanan pengiriman tepat waktu serta dukungan teknis terkait penggunaan produk. Produk juga didistribusikan langsung kepada pemilik café dan pelaku usaha kreatif yang membutuhkan material bangunan estetis dan ramah lingkungan untuk mendukung konsep desain mereka.

Selain itu, kerja sama dengan instansi pemerintah dan komunitas masyarakat dilakukan, terutama dalam program pembangunan infrastruktur dan perumahan yang mendukung pembangunan berkelanjutan. Dengan pendekatan distribusi yang terintegrasi dan menyeluruh ini, Huskbrick berkomitmen memperluas jangkauan pasar serta mendorong penggunaan material bangunan ramah lingkungan di berbagai lapisan masyarakat.

5. Budget Penjualan

Budget penjualan adalah estimasi atau rencana kuantitatif mengenai jumlah produk yang akan dijual dalam periode tertentu, yang menjadi dasar bagi pengelolaan aktivitas pemasaran dan pengendalian keuangan. Menurut Jerome McCarthy (1978), budget penjualan adalah bagian dari perencanaan pemasaran yang menentukan target penjualan yang realistis, berfungsi sebagai pedoman dalam mengatur aktivitas pemasaran agar selaras dengan tujuan Perusahaan.

Selain itu, menurut Richard L. Daft (2010), budget penjualan merupakan instrumen penting dalam manajemen operasional yang memfokuskan upaya penjualan agar sesuai dengan sasaran pasar dan memperkirakan pendapatan secara akurat untuk pengambilan keputusan bisnis. Dengan demikian, budget penjualan merupakan alat vital yang menghubungkan rencana pemasaran dengan implementasi serta evaluasi kinerja penjualan perusahaan.

Berikut adalah budget penjualan dari Huskbrick yang direncanakan dalam kurun waktu 5 tahun :

Tabel 2. 8
Budget Penjualan

Tahun	Rencana Penjualan (Proyek Besar)	Rencana Penjualan (Proyek Kecil)	Harga (Proyek Besar)	Harga (Proyek Kecil)	Jumlah
2025	23.040	14.400	Rp15.000	Rp20.000	Rp633.600.000
2026	23.501	14.688	Rp15.000	Rp20.000	Rp646.275.000
2027	23.971	14.982	Rp15.000	Rp20.000	Rp659.205.000
2028	24.451	15.281	Rp15.000	Rp20.000	Rp672.385.000
2029	24.939	15.587	Rp15.000	Rp20.000	Rp685.825.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa rencana penjualan Huskbrick terbagi menjadi dua segmen, yaitu proyek besar dan proyek kecil, dengan harga jual yang berbeda. Untuk proyek besar ditetapkan harga Rp15.000 per pcs, sedangkan untuk proyek kecil Rp20.000 per pcs. Pada tahun pertama, yaitu 2025, total rencana penjualan mencapai 37.440pcs, yang terdiri dari 23.040pcs untuk proyek besar dan 14.400pcs untuk proyek kecil. Dari penjualan tersebut diperoleh total pendapatan sebesar Rp633.600.000. Angka ini terus mengalami peningkatan setiap tahun seiring dengan pertumbuhan permintaan pasar. Pada tahun kedua, 2026, rencana penjualan meningkat menjadi 38.189pcs dengan total pendapatan Rp646.275.000. Tahun 2027 penjualan kembali naik menjadi 38.953pcs dengan pendapatan

Rp659.205.000, lalu tahun 2028 meningkat lagi menjadi 39.732pcs dengan pendapatan Rp672.385.000. Hingga pada tahun kelima, yaitu 2029, rencana penjualan mencapai 40.526pcs yang menghasilkan total pendapatan sebesar Rp685.825.000.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa rencana penjualan Huskbrick menunjukkan tren pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan potensi pasar yang terus berkembang sekaligus membuktikan bahwa strategi harga yang kompetitif, didukung kualitas produk yang unggul dan ramah lingkungan, mampu meningkatkan daya saing Huskbrick di pasar material bangunan.

6. Budget Biaya Penjualan

Adapun biaya penjualan yang menyangkut semua pengeluaran yang berkaitan dengan penjualan sebagai berikut :

Tabel 2. 9
Budget Biaya Penjualan

Jenis Biaya penjualan	Biaya Per Bulan	Biaya Per Tahun
Cetak Brosur & Katalog Produk	Rp125.000	Rp1.500.000
Partisipasi Pameran Lokal	Rp200.000	Rp2.400.000
Transportasi & Distribusi Brosur	Rp125.000	Rp1.500.000
Pengiriman Sample Produk	Rp125.000	Rp1.500.000
Iklan Digital (Facebook & Instagram Ads)	Rp150.000	Rp1.800.000
Desain Konten Visual	Rp200.000	Rp2.400.000
Total	Rp925.000	Rp11.100.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, biaya budget penjualan dari usaha Huskbrick yaitu sebesar Rp.925.000 Per Bulan dan Rp.11.100.000 Per Tahun.

BAB III

PRODUKSI DAN OPERASI

3.1 Produk dan Proses Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, baik berupa barang berwujud (*tangible*) maupun jasa (*intangible*). Menurut Philip Kotler, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam konteks industri atau usaha, produk tidak hanya dilihat dari bentuk fisiknya, tetapi juga dari nilai, manfaat, dan pengalaman yang diberikan kepada konsumen.

Proses produk adalah rangkaian tahapan atau kegiatan yang dilakukan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. Proses ini melibatkan berbagai aspek seperti perencanaan, pemilihan bahan baku, teknik produksi, pengawasan kualitas, hingga pengemasan. Tujuan dari proses produk adalah untuk menghasilkan barang dengan kualitas yang baik, efisien secara biaya dan waktu, serta sesuai dengan kebutuhan pasar. Dalam usaha batako roster, misalnya, proses produk mencakup pencampuran bahan seperti limbah sekam padi, pencetakan, pengeringan, dan finishing sebelum siap dijual ke konsumen.

3.1.1 Produk

Batako roster sekam padi merupakan produk inovasi yang ramah lingkungan yang mampu mengatasi masalah banyaknya limbah sekam

padi pada pertanian padi masyarakat. Fungsinya untuk sirkulasi udara dan cahaya, sekaligus memperindah tampilan dinding. Sekam padi yang biasanya dibuang, dimanfaatkan kembali agar tidak mencemari lingkungan. Produk ini ringan, kuat, dan cocok digunakan untuk rumah atau bangunan di daerah panas seperti Manado. Selain itu, penggunaannya membantu mengurangi limbah dan mendukung pembangunan yang lebih ramah lingkungan.

a. Ciri-ciri produk

Produk yang ditawarkan kepada konsumen mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- 1) Menggunakan bahan baku limbah sekam padi sehingga ramah lingkungan.
- 2) Berbentuk persegi dengan ukuran 20 cm × 20 cm dan ketebalan 10 cm.
- 3) Produk Huskbrick telah diuji laboratorium dengan hasil kuat tekan maksimum 7.668 kgf, 2.706 kgf, dan 5.479 kgf, membuktikan kualitasnya aman, andal, dan tahan lama sebagai material bangunan.
- 4) Tersedia dalam berbagai desain bermotif ornamental yang modern.
- 5) Dilengkapi lubang/rongga untuk mendukung sirkulasi udara dan masuknya cahaya alami.
- 6) Menggunakan *cat glow in the dark* yang dapat memancarkan cahaya estetik saat malam hari.

b. Kegunaan utama produk

Kegunaan utama produk yang ditawarkan yaitu :

1) Ventilasi Udara Alami yang Efektif

Batako roster dari limbah sekam padi memiliki rongga atau lubang khusus yang memungkinkan udara segar mengalir dengan bebas ke dalam ruangan. Fungsi ini sangat penting di daerah tropis seperti Manado, di mana suhu udara cenderung panas dan lembap. Dengan ventilasi alami ini, ruangan menjadi lebih sejuk dan nyaman tanpa perlu menggunakan pendingin udara secara berlebihan, sehingga bisa menghemat energi listrik dan biaya operasional rumah tangga.

2) Pencahayaan Alami yang Menghemat Energi

Rongga-rongga pada batako roster tidak hanya berfungsi sebagai ventilasi, tetapi juga sebagai jalur masuknya cahaya matahari secara alami ke dalam ruang. Hal ini membantu mengurangi penggunaan lampu pada siang hari, yang tidak hanya menghemat biaya listrik tetapi juga menciptakan suasana ruang yang terang dan sehat. Pencahayaan alami seperti ini juga dipercaya meningkatkan mood dan produktivitas penghuninya.

3) Elemen Dekoratif yang Memikat dan Unik

Salah satu keunggulan batako roster adalah desain bermotif ornamental yang dapat mempercantik tampilan fasad dan interior bangunan. Motif-motif tersebut memberikan sentuhan artistik dan

estetika yang menarik, berbeda dari dinding biasa yang polos. Hal ini membuat bangunan terlihat lebih modern, elegan, dan berkarakter, sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi penghuni maupun pengunjung.

4) Material Ramah Lingkungan dan Berkelanjutan

Dengan memanfaatkan limbah sekam padi sebagai bahan utama, batako roster ini mendukung prinsip pembangunan berkelanjutan dan pengelolaan limbah yang efektif. Sekam padi yang sebelumnya menjadi limbah pertanian dan berpotensi mencemari lingkungan kini diolah menjadi produk bernilai tinggi. Penggunaan bahan lokal yang melimpah juga mengurangi ketergantungan pada bahan bangunan impor dan menggerakkan ekonomi daerah.

5) Pembatas Ruang yang Fungsional dan Estetik.

Batako roster bisa digunakan sebagai penyekat antar ruang, baik di dalam rumah maupun area luar. Karena memiliki rongga, batako ini tidak membuat ruang terasa sempit atau gelap, melainkan tetap terbuka dan terang. Ini sangat cocok untuk hunian dengan konsep terbuka atau semi-terbuka yang mengedepankan sirkulasi udara dan pencahayaan alami tanpa mengorbankan privasi.

6) Efek Cahaya *Glow in the Dark* yang Memukau di Malam Hari

Produk batako roster ini dilengkapi dengan cat glow in the dark yang unik, yaitu cat khusus yang mampu menyerap dan

menyimpan energi cahaya dari sumber seperti sinar matahari. Agar cat ini dapat memancarkan cahaya lembut dan tahan lama di malam hari, batako perlu mendapatkan paparan sinar matahari yang cukup lama dan intens selama siang hari. Proses penyerapan cahaya ini memungkinkan pigmen fosfor pada cat menyimpan energi dan melepaskannya perlahan saat gelap. Oleh karena itu, semakin lama dan kuat paparan sinar matahari yang diterima, semakin terang dan tahan lama pula cahaya yang dipancarkan oleh batako pada malam hari. Fitur ini tidak hanya memperindah tampilan bangunan dengan efek cahaya yang estetik.

3.1.2. Proses Produksi

a. Pencampuran Bahan

Pertama-tama, bahan-bahan utama dicampur dengan takaran yang tepat sesuai tabel berikut:

Tabel 3. 1
Bahan-bahan Baku Pembuatan Roster

Bahan	Volume	Persentase
Semen	1 kg	13,33%
Pasir	2 kg	26,67%
Sekam Padi	0,25 kg	3,33%
Casting Plaster	2,25	30,00%
Air	2 liter	26,67%

Sumber data : Data olahan tahun 2025

b. Pengadukan

Seluruh bahan tersebut dimasukkan ke dalam wadah pencampuran dan diaduk menggunakan mesin mixer secara menyeluruh hingga tercampur rata dan menghasilkan campuran homogen.

c. Pencetakan

Campuran yang sudah siap kemudian dituangkan ke dalam cetakan khusus. Setiap proses pencetakan menghasilkan sekitar 2 buah batako roster dengan ukuran dan motif sesuai desain.

d. Penjemuran Awal

Setelah dicetak, batako roster dijemur selama kurang lebih 5 menit untuk menghilangkan kelembapan awal agar produk lebih mudah dikeluarkan dari cetakan.

e. Pelepasan dari Cetakan

Batako roster yang sudah sedikit mengering kemudian dikeluarkan dengan hati-hati dari cetakan agar tidak pecah atau rusak.

f. Pengeringan Sempurna

Produk batako roster selanjutnya dijemur secara menyeluruh selama sekitar 1 minggu. Proses pengeringan ini sangat penting untuk memastikan batako memiliki kekuatan dan daya tahan yang optimal.

g. Pengujian Kualitas

Setelah pengeringan, batako roster diuji untuk memastikan kekuatan dan ketahanannya sesuai standar mutu yang ditetapkan, sehingga produk aman dan dapat diandalkan untuk konstruksi bangunan.

h. Finishing

Batako roster kemudian masuk ke tahap finishing, yang meliputi pengecatan khusus seperti *cat glow in the dark* untuk menambah nilai estetika dan fungsi pada produk.

i. Produk Siap Pasar

Setelah melalui seluruh proses di atas, batako roster dari limbah sekam padi siap dipasarkan sebagai produk berkualitas tinggi yang ramah lingkungan dan fungsional.

3.2 Rencana Produksi

Rencana produksi adalah suatu perencanaan atau proses penentuan jadwal dan jumlah produk yang akan dibuat dalam periode tertentu untuk memenuhi permintaan pasar secara efisien.

Menurut Heizer dan Render (2017), rencana produksi adalah kegiatan pengaturan sumber daya dan proses produksi agar dapat menghasilkan produk sesuai dengan target waktu, jumlah, dan kualitas yang diinginkan.

Berdasarkan kemampuan usaha, jumlah produksi perhari di targetkan 130pcs, dalam 6 hari kerja setiap satu minggu, 24 hari kerja selama 1 bulan, dengan 288 hari kerja dalam 1 tahun. Rencana penjualan selama 1 tahun sebanyak 37.440pcs. Presentase kenaikan penjualan setiap tahunnya mencapai 2% dan rencana tahun penjualan pada tahun pertama sebanyak 37.440pcs. Untuk rinciannya dapat dilihat pada table rencana produksi berikut ini :

Tabel 3. 2
Rencana Produksi

Tahun	Rencana Penjualan
2025	37.440
2026	38.189
2027	38.953
2028	39.732
2029	40.526

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3.2.1 Rencana Kebutuhan Bahan Baku

Rencana Kebutuhan Bahan Baku adalah perencanaan jumlah dan jenis bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi suatu barang atau jasa, dalam kurun waktu tertentu, agar kegiatan produksi dapat berjalan lancar dan efisien tanpa kekurangan maupun kelebihan bahan.

Menurut Heizer dan Render (2011) Rencana kebutuhan bahan baku merupakan bagian dari *material requirements planning (MRP)*, yaitu sistem yang membantu dalam menentukan bahan baku, komponen, dan jadwal produksi berdasarkan permintaan produk akhir.

Tabel 3. 3
Kebutuhan Bahan Baku

Keterangan	Jumlah Kebutuhan Per Bulan	Biaya Per Bulan	Harga	Jumlah kebutuhan Per Tahun	Biaya Per Tahun
Semen	3.000 kg	Rp3.900.000	Rp65.000/Sak (50kg)	36.000 kg	Rp46.800.000
Pasir	6.000 kg	Rp4.000.000	Rp1.000.000/Truk	72.000 kg	Rp48.000.000
Sekam Padi	750 kg	Rp1.500.000	Rp2000/Kg	9.000 kg	Rp18.000.000
Casting plaster	3000kg	Rp9.600.000	Rp160.000/Sak (50kg)	36.000kg	Rp.115.200.000
Cet Tembok	5kg	Rp55.000	Rp55.000 (5kg)	60kg	Rp660.000
Cet Glow In The Dark	1kg	Rp100.000	Rp100.000 (1kg)	12kg	Rp1.200.000
Total		Rp19.155.000			Rp229.860.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3.2.2 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa hingga siap dijual. HPP mencakup seluruh pengeluaran yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan proses produksi, seperti biaya bahan baku utama, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan HPP sangat penting karena menjadi dasar utama dalam menetapkan harga jual produk. Jika HPP diketahui secara tepat, maka perusahaan dapat menentukan harga jual yang kompetitif sekaligus memastikan tetap memperoleh keuntungan. Selain itu, HPP juga berfungsi sebagai alat kontrol efisiensi produksi, perencanaan keuangan, serta sebagai informasi penting dalam laporan keuangan perusahaan.

Tabel 3. 4
Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (HPP)	
Biaya Bahan Baku	Rp229.860.0000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp86.400.000
Biaya Overhead Pabrik	
Biaya Sewa	Rp15.000.000
Biaya Listrik	Rp12.000.000
Biaya Air	Rp6.000.000
Biaya Mesin & Peralatan	Rp6.070.000
Jumlah Harga Pokok Produksi Per Tahun	Rp.355.330.000
Kapasitas Produksi Per Tahun	37.440
HPP	Rp9.500

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Harga pokok produksi pertahun sebesar Rp.355.330.000 dengan rencana penjualan sebanyak 37.440pcs. Harga Pokok Produksi dari produk Batako roster yaitu Rp9.500.

Tabel 3. 5
Profit Margin

<i>Profit Margin = Harga Jual - HPP</i>		
Harga Jual	HPP	Profit Margin
Rp17.500	Rp9.500	45,71% Rp8.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3.3 Rencana kebutuhan Tenaga kerja langsung

Menurut Dessler (2015), rencana kebutuhan tenaga kerja merupakan langkah sistematis untuk menentukan kebutuhan tenaga kerja baik dari segi kuantitas maupun kualitas agar dapat memenuhi tuntutan produksi dan bisnis.

Proses produksi untuk usaha Huskbrick, dibutuhkan 2 tenaga kerja langsung yang akan bertanggung jawab secara penuh dalam setiap tahapan produksi. Kedua tenaga kerja ini akan mengelola mulai dari pencampuran bahan baku limbah sekam padi dengan semen dan pasir, pencetakan batako roster menggunakan alat cetak, hingga proses pengeringan dan finishing seperti pengecatan. Dengan jumlah tenaga kerja yang tepat, proses produksi dapat berjalan efisien, produk berkualitas terjaga, dan target produksi dapat terpenuhi sesuai rencana. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table kebutuhan tenaga kerja langsung berikut ini :

Tabel 3. 6
Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung

Kegiatan	Jumlah Tenaga Kerja	Upah Per Hari	Upah Per Bulan (24 Hari)	Upah Per Tahun (288 Hari)
Produksi	2	Rp300.000	Rp7.200.000	Rp86.400.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, usaha Huskbrick membutuhkan 2 tenaga kerja langsung dengan sistem upah Rp2.500 per unit produksi batako roster. Dengan asumsi masing-masing tenaga kerja memproduksi 65pcs per hari, maka total upah untuk 2 tenaga kerja adalah Rp300.000 per hari.

3.4 Kebutuhan mesin dan peralatan

Untuk mendukung kelancaran proses produksi, usaha Huskbrick memerlukan berbagai peralatan yang menunjang efisiensi dan kualitas hasil. Seluruh kebutuhan peralatan yang akan digunakan dalam proses pembuatan batako roster dari limbah sekam padi telah dirancang secara optimal dan dapat dilihat secara rinci dalam tabel berikut:

Tabel 3. 7
Kebutuhan mesin dan peralatan

Mesin dan Peralatan	Banyaknya	Harga Per Unit	Jumlah
Alat pencetakan	15 unit	Rp 350.000	Rp 5.250.000
Mesin Mixer bangunan	2 unit	Rp 300.000	Rp 600.000
Vektor spatula	4 unit	Rp 15.000	Rp 60.000
Sendok semen	2 unit	Rp 20.000	Rp 40.000
Alat ukur takaran	4 unit	Rp 10.000	Rp 40.000
Ember plastik	2 unit	Rp 40.000	Rp 80.000
Total			Rp 6.070.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3.5 Tanah dan bangunan

Tanah dan bangunan merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia dan aktivitas ekonomi. Secara umum, tanah adalah bagian permukaan bumi yang bersifat tetap dan dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti tempat tinggal, pertanian, maupun pembangunan. Bangunan adalah struktur fisik buatan manusia yang didirikan secara permanen di atas tanah dan digunakan sebagai tempat tinggal, tempat usaha, maupun fasilitas umum.

Menurut H. Salim HS (2004), tanah merupakan bagian dari permukaan bumi yang memiliki batas tertentu dan dapat menjadi objek hak milik sesuai hukum yang berlaku. Sementara itu, menurut Soedikno Mertokusumo, bangunan adalah segala sesuatu yang didirikan secara tetap di atas tanah untuk mendukung aktivitas manusia. Dalam perspektif akuntansi, PSAK No. 16 menyatakan bahwa tanah dan bangunan termasuk dalam aset tetap, yaitu aset berwujud yang digunakan dalam produksi, penyediaan jasa, disewakan, atau untuk tujuan administratif, dan memiliki masa manfaat lebih dari satu periode.

Tabel 3. 8
Biaya Tanah Bangunan

Keterangan	Biaya Per Tahun
Sewa Tempat	Rp 15.000.000
Total	Rp 15.000.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Dalam menjalankan usaha Huskbrick, pemilik menyewa tempat usaha yang berlokasi di Jl. Ring Road, Kelurahan Taas, Kecamatan Tikala, Kota Manado, Sulawesi Utara.

3.6 Kebutuhan Utilitas/sarana lainnya

Utilitas secara umum mengacu pada kemampuan suatu barang, jasa, atau fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga memberikan kepuasan atau manfaat bagi penggunanya. Konsep utilitas sangat penting dalam ilmu ekonomi dan manajemen karena berkaitan langsung dengan nilai guna yang dirasakan konsumen atau pengguna dari suatu produk atau layanan. Dalam konteks usaha atau organisasi, utilitas mencakup berbagai

elemen yang mendukung kelancaran operasional dan kenyamanan aktivitas baik bagi pekerja maupun pelanggan. Utilitas bukan hanya barang atau jasa yang dijual, melainkan juga semua fasilitas pendukung yang memberikan nilai tambah dalam proses produksi, distribusi, pelayanan, dan operasional.

Untuk memenuhi keinginan tersebut, maka Huskbrick menyediakan kebutuhan utilitas untuk mendukung dan memberikan nilai tambah dalam proses produksi, distribusi, pelayanan, dan operasional.

Tabel 3. 9
Kebutuhan Utilitas

Keterangan	Banyaknya (Unit)	Biaya/Unit	Jumlah
Modem Telkomsel Orbit	1	Rp350.000	Rp350.000
Total			Rp350.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

3.7 Rencana Biaya Umum Pabrik

Rencana biaya umum yang digunakan oleh usaha Huskbrick dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 10
Rencana Biaya Umum Pabrik

Jenis Biaya	Biaya Per Tahun
Biaya Tetap	
Sewa	Rp15.000.000
Mesin & Peralatan	Rp 6.070.000
Biaya Listrik	Rp12.000.000
Biaya Air	Rp6.000.000
Biaya Variabel	
Bahan Baku	Rp229.860.000
Tenaga Kerja	Rp86.400.000
Total Biaya	Rp.355.330.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

BAB IV
ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Bentuk Kepemilikan

Tabel 4. 1
Bentuk Kepemilikan

A. Ringkasan Usaha	
Nama Perusahaan	Husk Brick
Bidang Usaha	Material Bangunan
Alamat	Jl. Ring Road, Kelurahan Taas, Kecamatan Tikala, Kota Manado, Sulawesi Utara.
No Telp	0878-6552-0716
Pemilik	1. Tasya Stevani Wenas 2. Serina Tumiwa
Media Sosial	<i>Instagram</i> : @Huskbrick <i>Facebook</i> : Huskbrick <i>Tiktok</i> : Huskbrick_
Sumber Modal Awal	Modal Pribadi Pinjaman Bank
Bentuk Badan Hukum	<i>Online Single Submission (OSS)</i> – Nomor Induk Berusaha (NIB)
B. Produk	
Nama Produk	Husk Brick
Bahan Baku Utama	Sekam padi, Pasir, Semen & Air
Warna produk	Putih
Ukuran	20x20x10cm
C. Harga	

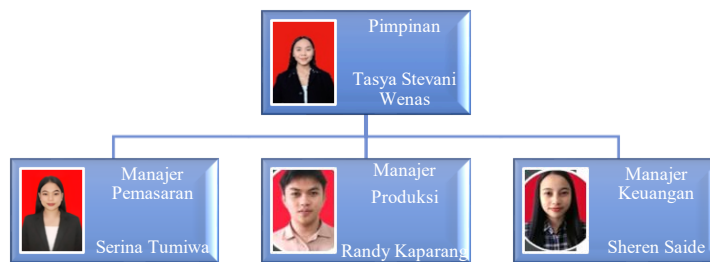
Harga yang Ditetapkan	Rp20.000/pcs (Proyek Kecil) Rp15.000/pcs (Proyek Besar)
Alasan menetapkan harga jual	Harga yang ditawarkan dapat diterima oleh semua kalangan Masyarakat dan harganya pun dapat terjangkau <i>relative</i> murah.
D. Tempat	
Alamat Usaha	Jl. Ring Road, Kelurahan Taas, Kecamatan Tikala, Kota Manado, Sulawesi Utara.
Wilayah Penjualan/Pasar	Kota Manado
E. Sistem Promosi	
Sistem promosi yang di gunakan	<i>Digital Marketing & Direct Marketing</i>
Tag line	“Dari Sekam Jadi Kekuatan, Bangun Masa Depan Bersama Huskbrick”

Sumber data : Data olahan tahun 2025

4.2 Organisasi dan tata kerja

Pengertian organisasi adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari sekelompok orang yang bekerja sama secara terstruktur dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam organisasi, setiap anggota memiliki tugas, peran, dan tanggung jawab yang saling berkaitan dan diarahkan pada pencapaian tujuan bersama.

Menurut Stephen P. Robbins Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus-menerus untuk mencapai tujuan bersama. Berikut adalah struktur Organisasi Huskbrick :



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Huskbrick
Sumber Huskbrick 2025

Tata kerja adalah aturan, prosedur, dan cara kerja yang disusun secara sistematis untuk mengatur pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dalam suatu organisasi, instansi, atau kelompok kerja. Tata kerja bertujuan agar setiap kegiatan dapat dilakukan efektif, efisien, tertib, dan terkoordinasi sesuai dengan struktur dan fungsi masing-masing bagian.

Menurut Sondang P. Siagian, tata kerja merupakan sistem prosedur kerja yang mengatur bagaimana kegiatan dilakukan oleh setiap unit agar tercapai efektivitas dan efisiensi.

1. Pimpinan

a. Menetapkan visi dan misi usaha

Pimpinan bertugas menyusun dan menetapkan visi serta misi yang menjadi arah utama dan tujuan jangka panjang usaha Huskbrick. Visi ini mencerminkan keinginan perusahaan menjadi pelopor produk bangunan ramah lingkungan berbasis limbah sekam padi, sementara misinya memuat langkah-langkah strategis yang akan ditempuh untuk mencapainya.

b. Mengambil keputusan strategis

Pimpinan berperan dalam membuat keputusan penting yang menyangkut arah pengembangan usaha, seperti ekspansi pasar, pembelian aset, penambahan lini produk baru, dan strategi jangka panjang lainnya. Keputusan ini memerlukan pertimbangan data, saran dari manajer, serta kondisi pasar yang berlaku.

c. Mengawasi seluruh jalannya operasional usaha

Pimpinan bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan usaha sehari-hari dari semua divisi, termasuk produksi, pemasaran, dan keuangan. Ia harus memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai dengan rencana kerja, target produksi, dan standar mutu yang telah ditetapkan.

d. Menjalin hubungan eksternal

Menjalin relasi yang baik dengan pihak eksternal seperti mitra kerja, pemerintah, lembaga pendukung, penyedia bahan baku, dan pelanggan besar sangat penting. Pimpinan menjadi representasi utama usaha dalam membangun kepercayaan, menjalin kerja sama bisnis, dan memperluas jaringan pasar.

2. Manajer Pemasaran

a. Menyusun strategi pemasaran

Manajer pemasaran bertanggung jawab merancang strategi untuk memasarkan produk Huskbrick secara efektif, baik secara lokal maupun ke luar daerah. Strategi ini mencakup penetapan saluran distribusi,

promosi digital, kerja sama proyek konstruksi, hingga program diskon untuk pelanggan loyal.

b. Melakukan riset pasar dan analisis competitor

Tugas penting manajer pemasaran adalah mempelajari tren pembangunan, permintaan konsumen, serta menganalisis keunggulan dan kelemahan produk pesaing. Hasil riset ini menjadi dasar dalam menentukan posisi produk Huskbrick di pasar dan penyesuaian strategi.

c. Menerima pesanan/pembelian pelanggan

Manajer Pemasaran mencatat semua detail pesanan, seperti jenis produk, jumlah, dan jadwal pengiriman, lalu menginformasikannya ke Manajer Produksi agar stok dan produksi dapat disesuaikan. Selain itu, manajer memastikan pesanan diproses dengan lancar sampai produk sampai ke pelanggan

d. Mengelola promosi dan media komunikasi

Pembuatan materi promosi seperti brosur, katalog produk, konten media sosial, dan video pemasaran menjadi tanggung jawabnya. Manajer ini juga mengelola jalur komunikasi pelanggan, menjawab pertanyaan, serta mengelola kampanye iklan secara berkala.

e. Menjalin hubungan dengan pelanggan

Selain mengelola promosi, manajer pemasaran bertugas menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Ia menanggapi keluhan, mengumpulkan masukan, serta menciptakan pengalaman layanan yang membuat pelanggan merasa dihargai dan kembali membeli.

3. Manajer Produksi

a. Merencanakan proses produksi

Bertugas menyusun rencana produksi harian, mingguan, dan bulanan sesuai dengan permintaan pasar dan kapasitas produksi. Manajer produksi juga harus menyesuaikan jadwal agar efisien dan tidak ada waktu serta bahan yang terbuang.

b. Mengatur bahan baku dan alat produksi

Menjamin ketersediaan bahan seperti sekam padi, semen, pasir, dan air dalam jumlah dan kualitas yang sesuai. Ia juga harus memastikan alat-alat produksi seperti cetakan dan mesin pencampur dalam kondisi optimal dan tersedia saat dibutuhkan.

c. Mengawasi kualitas produk

Produk Huskbrick harus memenuhi standar kekuatan, ukuran, dan tampilan. Manajer produksi melakukan pengecekan berkala untuk memastikan setiap batako yang dihasilkan memiliki mutu yang konsisten, dan layak untuk dijual.

d. Mengelola tenaga kerja produksi

Mengatur jadwal kerja, pembagian tugas, serta pengawasan terhadap seluruh tenaga kerja di bagian produksi. Ia juga memastikan penerapan standar keselamatan kerja dan efisiensi proses kerja di area produksi.

4. Manajer Keuangan

a. Menyusun anggaran usaha

Menyusun rencana anggaran untuk semua kebutuhan usaha, mulai dari

bahan baku, gaji karyawan, pembelian alat, hingga biaya pemasaran dan distribusi. Anggaran ini harus realistis, rinci, dan disesuaikan dengan pendapatan usaha.

b. Mencatat transaksi keuangan

Melakukan pencatatan seluruh transaksi yang masuk maupun keluar secara sistematis dan teratur. Hal ini penting untuk menjaga transparansi, keterlacakan, serta sebagai dasar dalam evaluasi usaha.

c. Mengelola arus kas dan laba rugi

Bertanggung jawab dalam mengatur keuangan agar tidak terjadi kekurangan dana untuk kegiatan penting. Ia juga menghitung laba dan rugi secara berkala untuk memastikan usaha tetap berada pada jalur yang menguntungkan.

d. Membuat laporan keuangan

Laporan bulanan dan tahunan harus disusun secara akurat untuk disampaikan ke pimpinan. Laporan ini mencakup neraca, laporan laba rugi, arus kas, dan analisis keuangan yang bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis.

4.3 Kebutuhan Tenaga Kerja Tak Langsung

Kebutuhan tenaga kerja tak langsung adalah jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam suatu usaha atau organisasi yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi utama, tetapi tetap memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran operasi.

Menurut Sofyan Assauri Kebutuhan tenaga kerja tak langsung mengacu

pada pekerja yang tugasnya bersifat pendukung dan tidak terlibat langsung dalam pengubahan bahan baku menjadi produk jadi, tetapi peran mereka tetap dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan produksi.

Menurut Edwin B. Flippo, gaji adalah pembayaran yang diberikan kepada pegawai berdasarkan waktu, misalnya per jam, per minggu, atau per bulan, yang biasanya diterima oleh pekerja yang melakukan pekerjaan yang bersifat administratif atau professional.

Tabel 4. 2
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung

Jabatan	Banyaknya	Gaji Perbulan	Gaji Pertahun
Pimpinan	1	Rp5.000.000	Rp60.000.000
Manajer Pemasaran	1	Rp4.300.000	Rp51.600.000
Manajer Produksi	1	Rp4.300.000	Rp51.600.000
Manajer Keuangan	1	Rp4.300.000	Rp51.600.000
Total Gaji	4	Rp17.900.000	Rp.214.800.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025


4.4 Jenis-Jenis Perizinan

Izin usaha adalah izin resmi yang diberikan oleh pemerintah kepada seseorang atau badan usaha untuk menjalankan kegiatan usaha tertentu secara legal dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Izin ini menjadi bukti bahwa usaha tersebut telah memenuhi persyaratan hukum dan administratif sehingga dapat beroperasi secara sah.

OSS atau *Online Single Submission* adalah sistem layanan perizinan berusaha secara elektronik yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia untuk

mempermudah dan mempercepat proses pengurusan izin usaha. Melalui OSS, pelaku usaha dapat mengajukan, mengurus, dan memperoleh berbagai izin usaha dan izin komersial secara online dalam satu platform terpadu, sehingga mengurangi birokrasi dan meningkatkan efisiensi dalam proses perizinan. Dengan adanya OSS, pengusaha dapat lebih mudah memulai dan mengembangkan usahanya secara legal dan terpantau oleh pemerintah.

Berikut ini Lembar Pengesahan Nomor Induk Berusaha Huskbrick :



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2507250062208

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:


- Nama Pelaku Usaha: TASYIS STEVANI HENAS
- Alamat: KEL. WOLCAN TIGA, LINGK VII, Desa/Kelurahan Wotan Tiga, Kec. Tomohon Barat, Kota Tomohon, Provinsi Sulawesi Utara
- Nomor Telepon Seluler: +6297865520716
- Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU): -
- Salah Usaha: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendafaranan kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketergugrahan di Perusahaan (WILKOP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.


Diterbitkan di Jakarta, tanggal 25 Juli 2025

Menteri Investasi dan Hilirisasi
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 25 Juli 2025




PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2507250062208

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLU	Judul KBLU	Lokasi Usaha	Tanggal Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	25051	Industri Barang Dasar	2 Ringroad, Desa/Kelurahan Taka, Kecamatan Barung Dar, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara Kode Pos: 95129	Rendah	NIB Tertib	-	

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLU yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
- Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

- Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terapan dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
- Dalam hal input kesalahan di dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Dokumen ini dapat ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.
- Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 4. 2 Nomor Induk Berusaha

Sumber Online Single Submission (OSS)

4.5 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Kegiatan

Dalam mendirikan usaha perlu adanya kegiatan pra operasi yang di dalamnya harus di lakukan survei pasar agar memberikan data pasar dan kemudian akan digunakan dalam menjalankan usaha. Berikut kegiatan pra operasi pada usaha Huskbrick yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Kegiatan

KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN (Dalam Minggu)					BIAYA TIAP KEGIATAN	TOTAL BIAYA
	1	2	3	4	5		
Menyusun Rencana Usaha	✓					Rp100.000	Rp100.000
Survei Pasar		✓				Rp100.000	Rp100.000
Sampel			✓			Rp100.000	Rp100.000
Uji Coba				✓	✓	Rp200.000	Rp200.000
	Jumlah						Rp500.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

4.6 Kebutuhan Investasi Kantor

Kebutuhan investasi kantor secara umum adalah seluruh dana atau modal yang diperlukan untuk menyediakan dan mempersiapkan sarana serta prasarana kantor agar dapat mendukung kelancaran operasional sebuah organisasi atau usaha. Kebutuhan investasi ini meliputi pembelian atau penyediaan peralatan kantor seperti meja, kursi, komputer, alat tulis, serta fasilitas pendukung lainnya yang berfungsi untuk menunjang aktivitas kerja dan administrasi secara efektif dan efisien.

Menurut Halim kebutuhan investasi kantor mencakup semua pembelian barang modal yang digunakan untuk mendukung kegiatan administrasi dan operasional, sehingga organisasi dapat menjalankan fungsi manajemen dengan baik.

Tabel 4. 4
Kebutuhan Investasi Kantor

Uraian	Banyaknya	Harga Per Unit	Jumlah
Meja	4	Rp100.000	Rp400.000
Kursi	10	Rp75.000	Rp750.000
Komputer	2	Rp3.500.000	Rp7.000.000
Kalkulator	2	Rp50.000	Rp100.000
Nota	5	Rp5.000	Rp25.000
Alat Tulis	1	Rp25.000	Rp.25.000
Cap	1	Rp100.000	Rp100.000
Total			Rp8.400.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa biaya kebutuhan investasi kantor yaitu Rp8.400.000.

4.7 Rencana Biaya Umum

Rencana biaya umum yang digunakan oleh usaha Huskbrick dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 5
Rencana Biaya Umum

Jenis Biaya	Biaya Per Bulan	Biaya Per Tahun
Listrik	Rp1.000.000	Rp12.000.000
Air	Rp500.000	Rp6.000.000
Total Biaya	Rp1.500.000	Rp.18.000.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa biaya umum yang diperlukan yaitu sebesar Rp1.500.000 perbulan dan biaya umum selama satu tahun yaitu sebesar Rp18.000.000.

BAB V

KEUANGAN

5.1 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah dokumen atau catatan yang menyajikan informasi mengenai kondisi keuangan, hasil operasional, dan arus kas suatu usaha atau entitas dalam periode tertentu. Laporan ini digunakan untuk menilai kinerja usaha, mengetahui laba atau rugi, mengevaluasi efisiensi penggunaan dana, serta menjadi dasar pengambilan keputusan oleh pemilik usaha, manajemen, investor, kreditor, dan pihak-pihak berkepentingan lainnya.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) – 2016 Laporan keuangan adalah bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap, yang mencakup neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan ekonomi.

5.1.1. Biaya-Biaya Memulai Usaha

a. Sumber Pendanaan

Sumber pendanaan adalah segala bentuk dana atau modal yang digunakan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk membiayai kegiatan operasional, investasi, maupun pengembangan usahanya. Dana ini dapat berasal dari sumber internal seperti modal sendiri, laba ditahan, maupun dari sumber eksternal seperti pinjaman, investasi dari pihak ketiga, atau pembiayaan lembaga keuangan.

Menurut Kasmir (2014), sumber pendanaan adalah asal dana yang digunakan perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya, baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan, dan biasanya dibedakan menjadi dua, yaitu pendanaan jangka pendek dan jangka panjang.

Tabel 5. 1
Sumber Pendanaan

Sumber Pendanaan	Jumlah
Modal Sendiri	Rp100.000.000
Total	Rp100.000.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Modal awal dalam memulai usaha Huskbrick menggunakan modal sendiri sebesar Rp100.000.000.

b. **Kebutuhan Modal Investasi**

Modal investasi adalah dana yang digunakan untuk membeli asset fisik yang bertujuan untuk memajukan tujuan bisnis, terutama dalam jangka Panjang. Menurut Martelenda (2011) investasi adalah kegiatan yang mengorbankan sumber-sumber daya yang terkait di masa yang akan datang.

Tabel 5. 2
Kebutuhan Modal Investasi

Uraian	Banyaknya	Harga/Unit	Jumlah
Mesin dan Peralatan			
Alat pencetakan	15	Rp 350.000	Rp 5.250.000
Mesin Mixer bangunan	2	Rp 300.000	Rp 600.000
Vektor spatula	4	Rp 15.000	Rp 60.000
Sendok semen	2	Rp 20.000	Rp 40.000
Alat ukur takaran	4	Rp 10.000	Rp 40.000
Ember plastik	2	Rp 40.000	Rp 80.000
Investasi Kantor			
Meja	4	Rp100.000	Rp400.000
Kursi	10	Rp75.000	Rp750.000
Komputer	2	Rp3.500.000	Rp7.000.000
Kalkulator	2	Rp50.000	Rp100.000
Nota	5	Rp5.000	Rp25.000
Alat Tulis	1	Rp25.000	Rp.25.000
Cap	1	Rp100.000	Rp100.000
Sewa Tempat			Rp15.000.000
Sarana Penunjang			
Modem			Rp350.000
Telkomsel Orbit			
Total Modal Investasi			Rp29.820.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah kebutuhan investasi dari bisnis Huskbrick yaitu sebesar Rp29.820.000.

c. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan adalah alokasi biaya atas penurunan nilai suatu aset tetap (seperti mesin, kendaraan, gedung, dll) yang digunakan dalam kegiatan usaha selama umur manfaatnya. Biaya ini dicatat setiap periode roakuntansi (misalnya bulanan atau tahunan) untuk mencerminkan bahwa aset tersebut mengalami penyusutan atau keausan.

Tabel 5. 3
Biaya Penyusutan

Uraian	Harga Perolehan	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan
Peralatan			
Alat pencetakan	Rp 5.250.000	5	Rp1.050.000
Mesin Mixer bangunan	Rp 600.000	5	Rp120.000
Vektor spatula	Rp 60.000	5	Rp12.000
Sendok semen	Rp 40.000	5	Rp8.000
Alat ukur takaran	Rp 40.000	5	Rp8.000
Ember plastik	Rp 80.000	5	Rp16.000
Meja	Rp400.000	5	Rp80.000
Kursi	Rp750.000	5	Rp150.000
Kalkulator	Rp100.000	5	Rp20.000
Komputer	Rp7.000.000	5	Rp1.400.000
Total			Rp2.864.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Nilai penyusutan untuk semua peralatan yang tercantum dalam tabel, dengan usia pakai 5 Tahun, mencapai total Rp2.864.000. Penyusutan ini menunjukkan berapa banyak nilai peralatan kita yang berkurang setiap tahunnya karena penggunaan.

d. Kebutuhan Modal Kerja

Menurut Kasmis (2014) Kebutuhan modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasi Perusahaan sehari-hari,

seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, dan pembayaran tagihan lainnya. Adapun kebutuhan modal kerja usaha Huskbrick yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. 4
Kebutuhan Modal Kerja

Uraian	Kebutuhan Modal Kerja Perbulan	Kebutuhan Modal Kerja Tahunan
Bahan Baku	Rp19.155.000	Rp229.860.000
Sewa Tanah dan Bangunan	Rp1.250.000	Rp15.000.000
Biaya Listrik	Rp1.000.000	Rp12.000.000
Biaya Air	Rp500.000	Rp6.000.000
Perlengkapan Kantor		Rp8.400.000
Peralatan		Rp6.070.000

Sumber data : Data olahan tahun 2025

5.1.2. Proyeksi Laporan Rugi Laba

Proyeksi laba rugi merupakan suatu gambaran atau estimasi tentang pendapatan, beban, serta laba atau rugi yang diperkirakan akan terjadi dalam suatu periode tertentu di masa depan. Laporan ini umumnya digunakan sebagai alat bantu dalam proses perencanaan bisnis, penyusunan anggaran, dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Secara umum, proyeksi laba rugi memberikan informasi penting untuk menilai potensi keuntungan usaha, memperkirakan arus kas, dan memastikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya.

Menurut Munawir (2010), proyeksi laporan laba rugi adalah alat

analisis keuangan yang digunakan untuk memperkirakan laba atau rugi perusahaan di masa mendatang berdasarkan data historis dan asumsi yang relevan.

Tabel 5. 5
Huskbrick
Proyeksi Laporan Laba Rugi Proforma
Periode Tahun 2025 – 2029

Keterangan	Tahun 2025	Tahun 2026	Tahun 2027	Tahun 2028	Tahun 2029
Rencana Penjualan (Pcs)	37.440	38.189	38.953	39.732	40.526
Total Penjualan	Rp633.600.000	Rp646.275.000	Rp659.205.000	Rp672.385.000	Rp685.825.000
Biaya Operasional Langsung					
Biaya Bahan Baku	Rp229.860.000	Rp234.457.200	Rp239.146.344	Rp243.929.271	Rp248.807.856
Upah Tenaga Kerja	Rp86.400.000	Rp88.128.000	Rp89.890.560	Rp91.688.371	Rp93.522.139
Jumlah Biaya Operasional Langsung	Rp316.260.000	Rp322.585.250	Rp329.036.904	Rp335.617.642	Rp342.329.995
Biaya Operasional Tidak Langsung					
Gaji Karyawan	Rp214.800.000	Rp219.096.000	Rp223.477.920	Rp227.947.478	Rp232.506.428
Biaya Pemasaran	Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000
Biaya Listrik	Rp12.000.000	Rp12.240.000	Rp12.484.800	Rp12.734.496	Rp12.989.186
Biaya Air	Rp6.000.000	Rp6.120.000	Rp6.242.400	Rp6.367.248	Rp6.494.593
Biaya Sewa Tanah dan Bangunan	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000
Jumlah Biaya Operasional Tidak Langsung	Rp258.900.000	Rp263.556.000	Rp268.305.120	Rp273.149.222	Rp278.090.207
Biaya Lain-Lain					

Biaya Penyusutan	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000
Jumlah Biaya Lain-lain	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000
Total Biaya	Rp578.024.000	Rp589.005.250	Rp600.206.024	Rp611.630.864	Rp623.284.202
Laba Sebelum Pajak	Rp55.576.000	Rp57.269.750	Rp58.998.976	Rp60.754.136	Rp62.540.798
Pajak (5%)	Rp2.778.800	Rp2.863.488	Rp2.949.949	Rp3.037.707	Rp3.127.040
Laba Setelah Pajak (EAT)	Rp52.797.200	Rp54.406.263	Rp56.049.027	Rp57.716.429	Rp59.413.758

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Laba setelah pajak yang dihasilkan pada Tahun 1 sebesar Rp52.797.200, Tahun 2 sebesar Rp54.406.263, Tahun 3 sebesar Rp56.049.027, Tahun 4 sebesar Rp57.716.429 dan Tahun 5 sebesar Rp59.413.758.

5.1.3. Proyeksi Analisa Arus Kas

Proyeksi analisa arus kas adalah suatu perkiraan atau estimasi mengenai aliran masuk dan keluar kas dalam suatu periode waktu tertentu di masa depan, yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam merencanakan dan mengendalikan keuangan perusahaan. Proyeksi ini penting untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup guna memenuhi kewajiban jangka pendek, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi, pembiayaan, dan operasional.

Menurut Harold Bierman dan Seymour Smidt (2007), proyeksi arus kas merupakan alat penting dalam analisis keuangan karena memberikan gambaran tentang kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan kas bersih di masa depan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat laporan aliran arus kas usaha Huskbrick :

Tabel 5. 6
Huskbrick
Proyeksi Laporan Alur Kas Proforma
Periode Tahun 2025-2029

Perkiraan Alur Kas	Tahun 0	Tahun 2025	Tahun 2026	Tahun 2027	Tahun 2028	Tahun 2029
Penjualan		37.440	38.189	38.953	39.732	40.526
Kas Masuk						
Penjualan Tunai		Rp633.600.000	Rp646.275.000	Rp659.205.000	Rp672.385.000	Rp685.825.000
Modal sendiri	Rp100.000.000					
Keseimbangan Kas Awal		Rp70.180.000	Rp122.977.200	Rp177.383.462	Rp233.432.489	Rp291.148.918
Jumlah Kas Masuk	Rp100.000.000	Rp703.780.000	Rp769.252.200	Rp836.588.462	Rp905.817.489	Rp976.973.918
Kas Keluar						
Investasi						
Peralatan	Rp6.070.000					
Perlengkapan	Rp8.400.000					
Sewa Tanah dan Bangunan	Rp15.000.000					
Sarana Penunjang	Rp350.000					
Biaya Operasional Langsung						
Biaya Bahan		Rp229.860.000	Rp234.457.200	Rp239.146.344	Rp243.929.271	Rp248.807.856

Baku						
Upah Tenaga Kerja		Rp86.400.000	Rp88.128.000	Rp89.890.560	Rp91.688.371	Rp93.522.139
Biaya Operasional Tidak Langsung						
Gaji Karyawan		Rp214.800.000	Rp219.096.000	Rp223.477.920	Rp227.947.478	Rp232.506.428
Biaya Pemasaran		Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000	Rp11.100.000
Biaya Listrik		Rp12.000.000	Rp12.240.000	Rp12.484.800	Rp12.734.496	Rp12.989.186
Biaya Air		Rp6.000.000	Rp6.120.000	Rp6.242.400	Rp6.367.248	Rp6.494.593
Biaya Sewa Tanah dan Bangunan		Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000
Biaya Lain-lain						
Biaya Penyusutan		Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000	Rp 2.864.000
Pajak		Rp2.778.800	Rp2.863.488	Rp2.949.949	Rp3.037.707	Rp3.127.040
Jumlah Kas Keluar	Rp29.820.000	Rp580.802.800	Rp591.868.738	Rp603.155.973	Rp614.668.571	Rp626.411.242
Sisa Kas	Rp70.180.000	Rp122.977.200	Rp177.383.462	Rp233.432.489	Rp291.148.918	Rp350.562.676

Sumber data : Data olahan tahun 2025

5.1.4. Neraca

Neraca adalah salah satu bagian dari laporan keuangan yang menyajikan posisi keuangan suatu entitas pada suatu titik waktu tertentu, yang terdiri dari tiga elemen utama yaitu aset (aktiva), liabilitas (kewajiban), dan ekuitas (modal). Neraca memberikan gambaran tentang apa yang dimiliki dan yang menjadi kewajiban perusahaan, serta seberapa besar kepemilikan pemilik terhadap perusahaan. Laporan ini sangat penting sebagai dasar evaluasi kondisi keuangan, stabilitas, dan kinerja perusahaan.

Menurut Warren, Reeve, dan Duchac (2009), neraca adalah laporan yang menunjukkan jumlah aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik pada akhir periode akuntansi tertentu. Standar Akuntansi Keuangan (SAK) menyebutkan bahwa neraca atau laporan posisi keuangan memberikan informasi yang berguna bagi pengguna laporan keuangan dalam menilai sumber daya ekonomi perusahaan, struktur pembiayaan, dan likuiditas.

Tabel 5. 7
Huskbrick
Neraca Proforma
Periode Tahun 2025-2029

Keterangan	Tahun 0	Tahun 2025	Tahun 2026	Tahun 2027	Tahun 2028	Tahun 2029
AKTIVA LANCAR						
KAS	Rp70.180.000	Rp122.977.200	Rp177.383.462	Rp233.432.489	Rp291.148.918	Rp350.562.676
AKTIVA TETAP						
Perlengkapan	Rp8.400.000	Rp8.400.000	Rp8.400.000	Rp8.400.000	Rp8.400.000	Rp8.400.000
Peralatan	Rp6.070.000	Rp6.070.000	Rp6.070.000	Rp6.070.000	Rp6.070.000	Rp6.070.000
Sewa Tanah dan Bangunan	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000
Sarana Penunjang	Rp350.000	Rp350.000	Rp350.000	Rp350.000	Rp350.000	Rp350.000
TOTAL AKTIVA	Rp100.000.000	Rp152.797.200	Rp207.203.463	Rp263.252.489	Rp320.968.918	Rp380.382.676
PASIVA						
LIABILITAS						
EKUITAS						
Modal	Rp100.000.000	Rp100.000.000	Rp100.000.000	Rp100.000.000	Rp100.000.000	Rp100.000.000
Laba Tahun Berjalan		Rp52.797.200	Rp107.203.463	Rp163.252.489	Rp220.968.918	Rp280.382.676
TOTAL PASIVA	Rp100.000.000	Rp152.797.200	Rp207.203.463	Rp263.252.489	Rp320.968.918	Rp380.382.676

Sumber data : Data olahan tahun 2025

BAB VI

ANALISA USAHA

6.1 Analisa Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha merupakan suatu studi sistematis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu proyek atau usaha layak dijalankan atau tidak. Menurut Husein Umar (2003), analisis kelayakan usaha adalah studi yang bertujuan untuk menilai kelayakan suatu proyek ditinjau dari berbagai aspek seperti pasar, teknis, manajemen, hukum, sosial ekonomi, dan keuangan. Sementara itu, Soeharto (2001) menegaskan bahwa analisis ini menjadi alat bantu dalam pengambilan keputusan investasi agar terhindar dari risiko kerugian akibat keputusan yang tidak tepat.

6.1.1 *Net Profit Value* (NPV)

Dalam analisis kelayakan investasi, terdapat beberapa indikator penting yang sering digunakan untuk menilai apakah suatu proyek layak dijalankan atau tidak. Salah satu metode tersebut adalah Net Present Value (NPV). Menurut Brigham dan Houston (2010), NPV adalah metode penilaian investasi yang menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai sekarang dari arus kas keluar suatu proyek. NPV yang bernilai positif menunjukkan bahwa proyek tersebut dapat memberikan keuntungan. Berikut Adalah perhitungan NPV pada usaha Huskbrick :

Tabel 6. 1
Net Present Value

Tahun	Proceed	Discount Rate 10%	Present Value
1	Rp52.797.200	0.9091	Rp47.997.935
2	Rp54.406.263	0.8264	Rp44.961.336
3	Rp56.049.027	0.7513	Rp42.109.634
4	Rp57.716.429	0.6830	Rp39.420.321
5	Rp59.413.758	0.6209	Rp36.890.002
Present Value			Rp211.379.228
Modal			Rp100.000.000
NPV			Rp111.379.228

Sumber data : Data olahan tahun 2025

Berdasarkan Hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) dilihat bahwa usaha Huskbrick menghasilkan NPV sebesar Rp111.379.228. Nilai tersebut berada diatas *Present Value Outlay* atau Nilai Investasi sebesar Rp100.000.000 yang dikeluarkan pertama kali membuat usaha ini, sehingga jika dihitung menghasilkan NPV Positif sebesar Rp111.379.228 yang berarti bahwa usaha Huskbrick berada dikriteria penilaian NPV yang dikatakan layak jika >0 .

6.1.2 Internal Rate Of Return (IRR)

Selain NPV, indikator penting lainnya adalah Internal Rate of Return (IRR). Sutrisno (2009) mendefinisikan IRR sebagai tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang arus kas masuk dengan nilai investasi awal, atau dengan kata lain menghasilkan NPV sebesar nol. IRR digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian suatu investasi secara internal.

Tabel 6. 2
Internal Rate Of Return

Tahun	Proceed	Discount Rate 10%	PV	Discount Rate 50%	PV
1	Rp52.797.200	0.9091	Rp47.997.935	0.6667	Rp35.199.893
2	Rp54.406.263	0.8264	Rp44.961.336	0.4444	Rp24.178.143
3	Rp56.049.027	0.7513	Rp42.109.634	0.2963	Rp16.607.327
4	Rp57.716.429	0.6830	Rp39.420.321	0.1975	Rp11.398.995
5	Rp59.413.758	0.6209	Rp36.890.002	0.1317	Rp7.824.792
	PV		Rp211.379.228		Rp95.209.150
	Modal		Rp100.000.000		Rp100.000.000
	NPV		Rp111.379.228		-Rp4.790.850
	IRR			40,35%	

Sumber data : Data olahan tahun 2025

$$\begin{aligned}
 IRR &= i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1) \\
 &= 10\% \frac{Rp\ 111.379.228}{Rp\ 111.379.228 - (-Rp\ 4.790.850)} \times (50\% - 10\%) \\
 &= 10\% \frac{Rp\ 111.379.228}{Rp\ 116.170.078} \times 40\% \\
 &= 10\% + 0,958 \times 40\%
 \end{aligned}$$

$$\mathbf{IRR = 48,35\%}$$

Berdasarkan Hasil perhitungan *Internal Rate Of Return* (IRR) dilihat bahwa usaha Huskbrick menghasilkan IRR sebesar 38,36%. Menurut kriteria IRR Jika nilai $IRR > Discount\ Factor$ maka, proyek ini dinyatakan layak (Menguntungkan) karena proyek memberikan pengembalian lebih tinggi dari yang diharapkan.

6.1.3 *Payback Period (PP)*

Payback Period (PP) juga menjadi salah satu metode yang banyak digunakan karena kesederhanaannya. Menurut Riyanto (2001), PP adalah waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal melalui arus kas yang dihasilkan proyek. Makin singkat periode pengembalian, maka makin baik proyek tersebut dari sisi likuiditas. Berikut adalah rumus *Payback Period (PP)*.

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= \frac{\text{Total Modal}}{\text{Rata-Rata Net Income}} \\ &= \frac{\text{Rp } 100.000.000}{\text{Rp } 56.076.535} \\ &= 1,7 \end{aligned}$$

$$\text{Payback Period} = 1,7 \text{ Tahun}$$

Berdasarkan perhitungan *Payback Period (PP)* waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal melalui arus kas yang dihasilkan usaha Huskbrick yaitu 1,7 Tahun. Jika waktu pengembalian singkat maka makin baik proyek tersebut. Artinya *Payback Period (PP)* dari usaha Huskbrick merupakan proyek yang baik karena mampu melakukan pengembalian inventasi secara singkat.

6.1.4 *Profitability Index (PI)*

Menurut Brigham dan Houston (2010) menyatakan bahwa PI adalah rasio antara nilai sekarang dari arus kas masa depan dengan nilai investasi awal. Bila PI lebih besar dari satu, proyek dianggap menguntungkan. Berikut adalah rumus *Profitability Index (PI)*:

$$PI = PV : \text{Investasi Awal}$$

$$PI = 211.379.228 : 100.000.000$$

$$PI = 2,11$$

Berdasarkan hasil pembagian yang dilakukan antara PV dengan Investasi awal didapatkan nilai sebesar 2,11. Hasil tersebut menyatakan bahwa usaha Huskbrick termasuk usaha yang layak untuk dijalankan karena memiliki nilai $PI > 1$.

6.2 Estimasi BEP

Estimasi Break Even Point (BEP) merupakan salah satu alat analisis yang penting dalam manajemen keuangan dan perencanaan usaha. Menurut Hansen dan Mowen (2004), BEP adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. Dalam hal ini, estimasi BEP berfungsi untuk memperkirakan jumlah penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha tidak merugikan.

6.2.1 BEP Rupiah

BEP Rupiah adalah nilai penjualan dalam satuan rupiah yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami rugi maupun untung. Ini menunjukkan berapa total pendapatan penjualan yang harus didapat untuk mencapai titik impas. Berikut adalah rumus BEP Rupiah:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \left(\frac{\text{Biaya Variabel per Unit}}{\text{Harga Jual per Unit}} \right)} \\ \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{Rp28.964.000}}{1 - \left(\frac{\text{Rp14.664}}{\text{Rp17.500}} \right)} \\ &= \frac{\text{Rp28.964.000}}{1 - 0,83} \\ &= \text{Rp170.376.471} \end{aligned}$$

BEP rupiah merupakan titik impas dari usaha yang dimana pendapatan Perusahaan Ketika diperoleh sama dengan biaya proyek yang dikeluarkan. Seperti dalam perhitungan diatas pendapatan yang harus diperoleh yaitu sebesar Rp170.376.471.

6.2.2 BEP Unit

BEP Unit adalah jumlah unit produk yang harus dijual agar perusahaan berada pada titik impas, yaitu tidak untung dan tidak rugi. Di titik ini, seluruh biaya tetap dan biaya variabel sudah tertutupi dari hasil penjualan. Berikut adalah rumus BEP Unit:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \\ \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Rp28.964.000}}{\text{Rp17.500} - \text{Rp14.664}} \\ &= \frac{\text{Rp28.964.000}}{\text{Rp2.836}} \\ &= 10.213 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, usaha Huskbrick harus menjual 10.213pcs per tahunnya. Artinya jika usaha Huskbrick menjual 10.213pcs dalam setahun maka usaha akan mengalami titik pulang pokok yaitu tidak untung atau tidak rugi. Jika ingin untung maka usaha ini harus memproduksi lebih dari 10.213pcs. Sedangkan usaha Huskbrick memproduksi 37.440pcs dalam tahun pertama dan memiliki kenaikan 2% untuk proyeksi 5 tahun kedepan.

6.3 Analisis keuangan

Analisis keuangan merupakan proses evaluasi terhadap kondisi dan kinerja keuangan suatu perusahaan dengan menggunakan data laporan keuangan sebagai dasar pertimbangan. Menurut Harahap (2015), analisis keuangan adalah kegiatan untuk menilai dan menginterpretasi data keuangan guna mengetahui kondisi serta perkembangan keuangan suatu entitas. Salah satu metode utama dalam analisis ini adalah penggunaan rasio keuangan, yang terbagi dalam beberapa kelompok, antara lain rasio profitabilitas, likuiditas, dan aktivitas.

6.3.1. Rasio profitabilitas

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan usahanya. Menurut Kasmir (2016), rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh keuntungan. Rasio profitabilitas yang umum digunakan antara lain *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Rasio ini penting

untuk mengetahui seberapa baik perusahaan menghasilkan laba dari aset maupun ekuitas yang dimiliki. Berikut adalah perhitungan rasio profitabilitas:

$$\begin{aligned}
 \text{Gross Profit Margin} &= \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp55.576.000}}{\text{Rp633.600.000}} \times 100\% \\
 &= 0,087 \quad \times 100\% \\
 &= 8,7\%
 \end{aligned}$$

Gross Profit Margin merupakan perhitungan untuk mengukur seberapa besar laba kotor di bandingkan penjualan. Berdasarkan perhitungan diatas hasil *Gross Profit Margin* yaitu sebesar 8,7%. Ini merupakan indikator yang baik atau usaha ini dalam kondisi sehat secara operasional pada level produksi dan penjualan. Ini menunjukkan potensi laba yang baik asalkan biaya operasional dan non operasional tetap terkontrol.

$$\begin{aligned}
 \text{Net Profit Margin} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Hasil Penjualan}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp52.797.200}}{\text{Rp633.600.000}} \times 100\% \\
 &= 0,083 \quad \times 100\% \\
 &= 8,3\%
 \end{aligned}$$

Net Profit Margin merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur seberapa besar presentase laba bersih dibandingkan penjualan. Hasil *Net Profit Margin* usaha Huskbrick sebesar 8,3% yang bernilai positif.

$$\begin{aligned}
 \text{Return Of Assets} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp}52.797.200}{\text{Rp}29.820.000} \times 100\% \\
 &= 48,2897 \quad \times 100\% \\
 &= 4.828,97\%
 \end{aligned}$$

ROA atau *Return Of Assets* merupakan perhitungan yang mengukur seberapa efektif usaha ini dapat memanfaatkan asetnya untuk dapat menghasilkan keuntungan. Tingkat pemanfaatan dalam usaha ini untuk menghasilkan keuntungan yaitu sebesar 4.828,97%.

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \left(\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Investasi}} \right) \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp}52.797.200}{\text{Rp}29.820.000} \times 100\% \\
 &= 1,77 \quad \times 100\% \\
 &= 177\%
 \end{aligned}$$

ROI atau *Return On Investment* merupakan nilai yang akan didapatkan pada nilai yang telah di investasikan. Nilai yang akan di dapatkan oleh usaha Huskbrick pada perhitungan ROI sebesar 177%.

6.3.2. Rasio likuiditas

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Munawir (2010) menyatakan bahwa rasio ini sangat penting untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang lancar menggunakan aset lancar yang tersedia. Beberapa indikator yang sering digunakan dalam rasio likuiditas adalah *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*. Likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi keuangan yang sehat dalam jangka pendek.

6.3.3. Rasio aktivitas

Rasio aktivitas, menurut Sartono (2012), digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan atau pendapatan. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya yang tersedia. Beberapa rasio yang termasuk dalam kelompok ini antara lain *Total Asset Turnover*, *Inventory Turnover*, dan *Receivable Turnover*. Semakin tinggi rasio aktivitas, maka semakin baik efisiensi operasional perusahaan.

$$\begin{aligned} \text{Total Asset Turnover} &= \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aset}} \\ &= \frac{\text{Rp633.600.000}}{\text{Rp29.820.000}} \\ &= 21,24 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas *Total Aset Turnover* yang dihasilkan oleh usaha huskbrick yaitu 21,24. Artinya aset usaha ini digunakan secara sangat efisien untuk menghasilkan pendapatan.

Secara umum, rasio asset turnover yang tinggi dapat diartikan sebagai hal positif karena menunjukkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan volume penjualan yang besar dengan aset yang relatif kecil.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyusunan dan analisis Business Plan usaha batako roster berbasis limbah sekam padi dengan nama *Huskbrick*, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki prospek yang sangat menjanjikan, baik dari segi pasar, operasional, maupun keuangan. Dari sisi pasar, terdapat peluang yang besar di Kota Manado, mengingat tingginya kebutuhan akan material bangunan yang ramah lingkungan dan estetis. Penawaran dari pesaing masih terbatas, sementara permintaan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan pembangunan perumahan dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk ramah lingkungan.

Proses produksi dirancang secara efisien dengan memanfaatkan limbah sekam padi sebagai bahan baku utama, yang tidak hanya menekan biaya produksi, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan. Produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah berupa desain estetis dan fitur *glow in the dark*, yang menjadikannya unggul dan berbeda dari produk sejenis di pasar.

Secara finansial, usaha Huskbrick menunjukkan kelayakan yang kuat. Berdasarkan proyeksi keuangan, usaha ini dapat menghasilkan laba bersih yang signifikan dan menunjukkan nilai NPV positif, IRR di atas tingkat diskonto, serta periode pengembalian modal yang relatif cepat. Nilai Asset Turnover yang tinggi juga mencerminkan efisiensi yang sangat baik dalam penggunaan aset untuk menghasilkan penjualan.

Dengan memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, usaha ini tidak hanya layak dijalankan tetapi juga mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat lokal.

7.2 Saran

Usaha Huskbrick dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan, disarankan untuk terus memperluas jaringan distribusi dan menjalin kemitraan strategis, khususnya dengan kontraktor, toko bangunan, serta arsitek lokal yang memiliki pengaruh besar dalam pengadaan material konstruksi. Usaha ini juga perlu mempertimbangkan peningkatan kapasitas produksi secara bertahap agar mampu memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat sekaligus menjaga ketersediaan produk. Strategi promosi digital perlu dioptimalkan melalui pemanfaatan media sosial dan konten visual yang menarik untuk meningkatkan *brand awareness* dan daya tarik produk di kalangan konsumen yang semakin sadar akan isu lingkungan.

Inovasi dalam desain produk, teknologi produksi, serta efisiensi biaya harus terus dikembangkan untuk menjaga daya saing usaha di tengah dinamika pasar. Selain itu, menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan lembaga yang fokus pada lingkungan dapat menjadi langkah penting untuk mendapatkan dukungan legalitas, promosi, maupun insentif sebagai usaha yang berkontribusi terhadap pengelolaan limbah dan ekonomi hijau. Dengan implementasi saran-saran tersebut secara konsisten, diharapkan Huskbrick dapat tumbuh sebagai pelaku usaha yang tidak hanya menguntungkan secara

ekonomi, tetapi juga berdampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Aker, D. A. (2011). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-7). Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Bierman, H., & Smidt, S. (2007). *Keputusan Anggaran Modal: Analisis Ekonomi Proyek Investasi* (Edisi ke-4, terj.). Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of Financial Management* (13th Ed.). Boston: Cengage Learning.
- Daft, R. L. (2010). *Manajemen* (Edisi ke-10, terj.). Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan. (2015). *PSAK No. 1: Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: IAI.
- Flippo, E. B. (1984). *Manajemen Personalia* (terj.). Jakarta: Erlangga.
- Garrison, R. H., & Noreen, E. W. (2006). *Managerial Accounting* (11th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2004). *Cost Management: Accounting and Control* (5th Ed.). Ohio: South-Western.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (Edisi 12). Jakarta: Rajawali Pers.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Husnan, Suad. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *PSAK No. 1: Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: IAI.

- Julyanthry, J. et al. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi*.
- Kasmir & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Revisi)*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi ke-15, terj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-15, terj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, N. G. (2014). *Prinsip-prinsip Ekonomi (Edisi ke-7)*. Jakarta: Erlangga.
- Martelenda, A. (2011). *Manajemen Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- McCarthy, E. J. (1978). *Dasar-dasar Pemasaran (Edisi ke-7, terj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Mertokusumo, S. (2002). *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogyakarta: Liberty.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawir, S. (2010). *Analisa/Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty / UPP AMP YKPN.
- Narazudin, M., & Fuzan, H. (2006). *Manajemen Strategik*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S. P. (2003). *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi (Edisi ke-10, terj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2001). *Ekonomi (Edisi ke-17)*. Jakarta: Erlangga.
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFPE.
- Satriadi, S. et al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV Rey Media Grafika.
- Siagian, S. P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Stanton, W. J. (1994). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi ke-10, terj.). Jakarta: Erlangga.
- Suad Husnan & Enny Pudjiastuti. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Supardi. (2003). *Kelayakan Proyek Investasi*. Jakarta: Gramedia.
- Suryani, N. K., et al. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Nilacakra.
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2009). *Pengantar Akuntansi* (Edisi ke-24, terj.). Jakarta: Salemba Empat.
- Weston, J. Fred & Copeland, Thomas E. (1992). *Managerial Finance*. New
Anggraeni, R. (2025). *Analisis Yuridis...* (Disertasi, Universitas Nasional).
- Badan Pusat Statistik Kota Manado. (2025). *Jumlah penduduk menurut kabupaten/kota*.
- Febri, H. (2010). *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ayam Petelur...* (Disertasi, UIN Suska Riau).
- Haque, M. G., et al. (2022). *Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi*.
- Kristanto, J. (2016). *Diagram 'Proses Kebutuhan–Kepuasan Konsumen'*.
- Panduan Laporan Business Plan. (2023). Politeknik Negeri Manado.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2017). *PP No. 36 Tahun 2017*.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *PP No. 5 Tahun 2021*.
- Pratiwi, R. S., et al. (2025). *Analisis Kompetitif Pegadaian Syariah Purwokerto.... Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 257–272.

Purnomo, A. C. (2022). *Manajemen pemasaran pendidikan...* *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 1(2), 130–137.

Ramadhona, I. (2022). *Manajemen dan Konsep Dasar Pemasaran*.

Salim, B. (2024). *Kepastian hukum...* (Disertasi, Universitas Kristen Indonesia).

Tahira, J. H., & Suryani, I. (2025). *Konsep-Konsep Dasar Organisasi*. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(1), 523–529.

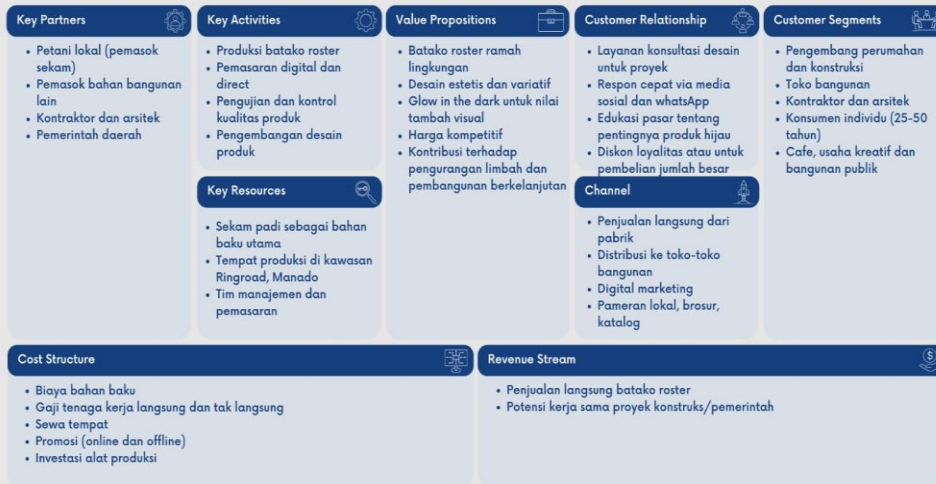
LAMPIRAN-LAMPIRAN

SUSUNAN TIM PENGUSUL

No	Nama Pengusul/NIM	Jurusan	Bidang	Uraian Tugas
1.	Tasya Stevani Wenas / 21053203	Administrasi Bisnis	Pimpinan	<ul style="list-style-type: none">• Menetapkan visi dan misi usaha• Mengambil keputusan strategis• Mengawasi seluruh jalannya operasional usaha• Menjalin hubungan eksternal
2.	Serina Tumiwa / 21053057	Administrasi Bisnis	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none">• Menyusun strategi pemasaran• Melakukan riset pasar dan analisis competitor• Mengelola promosi dan media komunikasi• Mengelola promosi dan media komunikasi• Menjalin hubungan dengan pelanggan

BUSINESS MODEL CANVAS

BUSINESS MODEL CANVAS HUSKBRICK



CV/DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENGUSUL



TASYA STEVANI WENAS

Nama : Tasya Stevani Wenas
Tempat, tanggal lahir : Woloan, 13 September 2003
Umur : 21 Tahun
Alamat : Kel. Woloan Tiga, Lingk VIII

+62 878-6552-0716
Kel. Woloan Tiga, Lingk VIII. Kota Tomohon
@stefaniethasya
wenastasya13@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Katolik 3 Woloan
SMP Katolik BHK Woloan
SMA Katolik Karitas Tomohon
Politeknik Negeri Manado

KETERAMPILAN TEKNIS

- Menguasai Ms. Office
- Editing

KETERAMPILAN NON-TEKNIS

- Komunikasi
- Kolaborasi dalam tim
- Berpikir kritis
- Manajemen bisnis

PENGALAMAN ORGANISASI

Bidang Kerohanian Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis

Periode tahun 2023/2024

- Menjalankan tugas dan tanggung jawab lewat program kerja bidang kerohanian
- Mengikuti berbagai kegiatan baik sebagai panitia maupun anggota

Anggota Organisasi Keluarga Mahasiswa Katolik

Angkatan XXVII

- Menjadi panitia seksi acara dalam kegiatan Bina Iman XXVIII
- Mengikuti berbagai program kerja dalam organisasi

PENGALAMAN KERJA

Magang - Bidang Kearsipan

Januari - Mei 2025



SERINA TUMIWA

- +62 895-3028-1298
- Jg.1 Desa Lansot Kec Tareran
- @serinatmwa_
- serinatumiwa20@gmail.com

Saya memiliki semangat tinggi untuk belajar dan berkembang di dunia kerja. Saya adalah pribadi yang cepat tanggap, mudah beradaptasi, serta memiliki sikap kerja yang positif. Saya siap memberikan kontribusi terbaik, meskipun pengalaman saya masih terbatas.



RIWAYAT PENDIDIKAN

SD N 1 TARERAN
SMP N 1 TARERAN
SMK N 1 TARERAN
POLITEKNIK NEGERI MANADO



KETERAMPILAN TEKNIS

- Menguasai Microsoft
- Editing



KETERAMPILAN NON-TEKNIS

- Komunikasi
- Kolaborasi dalam tim
- Manajemen waktu



PROGRAM WMK

Wirausaha Merdeka

Agustus - Desember 2024

- Bootcamp & Pelatihan intensif tentang bisnis, manajemen, keuangan, pemasaran, digital branding, dan lain-lain.
- Mentoring dan coaching oleh praktisi UMKM, startup, dan akademisi.
- Simulasi bisnis dan proyek usaha riil yang bisa dikembangkan menjadi bisnis nyata.
- Presentasi dan pitching ide bisnis di hadapan mentor atau investor.



PENGALAMAN KERJA

Magang - Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara

Januari - Mei 2025

- Membantu proses pengelolaan dan penyusunan arsip fisik dan digital.
- Melakukan klasifikasi dan pelabelan dokumen sesuai sistem yang berlaku.
- Melakukan input data arsip ke dalam sistem komputerisasi.
- Membantu digitalisasi dokumen dan pengecekan ulang kelengkapan data.
- Menjaga kerapian dan keteraturan ruang arsip agar mudah diakses.

FOTO PRODUK



DOKUMENTASI KEGIATAN

Mengikuti Pameran Program Wirausaha Merdeka Tahun 2024
Politeknik Negeri Manado



Mengikuti Vokasi Expo Tahun 2024
Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi



HASIL UJI LABORATORIUM

Menggunakan 3 Sampel Roster

Machine
Serial No
Operating Kode 1 : COMPRESSTON
Date 08/05/25
Time 15:08
Sample Group ROSTS
Sample Ref ROSTER
Sample Type Block
Sample Units Metric
Maximum Load 7669 kgf
Pace Rate 540 kgf/sec
Stress 19 . kgf/cm2
Sample Height 20.000 cm
Sample Width 20.000 cm
Sample Length 20.000 cm

Machine
Serial No
Operating Kode 1 : COMPRESSTON
Date 08/05/25
Time 15:08
Sample Group ROSTS
Sample Ref ROSTER
Sample Type Block
Sample Units Metric
Maximum Load 7669 kgf
Pace Rate 540 kgf/sec
Stress 19 . kgf/cm2
Sample Height 20.000 cm
Sample Width 20.000 cm
Sample Length 20.000 cm

Machine
Serial No
Operating Kode 1 : COMPRESSTON
Date 08/05/25
Time 15:08
Sample Group ROSTS
Sample Ref ROSTER
Sample Type Block
Sample Units Metric
Maximum Load 7669 kgf
Pace Rate 540 kgf/sec
Stress 19 . kgf/cm2
Sample Height 20.000 cm
Sample Width 20.000 cm
Sample Length 20.000 cm