

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Analisis Produk

Usaha ini merupakan usaha dibidang *food and beverage*. Keunggulan dari produk Erlina *Snack* tidak menggunakan pengawet dan produksi dilakukan jika ada pesenan atau dibuat satu hari sebelum dikonsumsi. Calon konsumen dan target Erlina *Snack* yaitu masyarakat luas khususnya orang yang ingin makan ringan atau cemilan khususnya di daerah Cilacap.

Terdapat 3 produk yang disediakan Erlina *Snack* yaitu :

1. Baceman tahu dan tempe, berisikan tempe wedok yang berbentuk putih dan tahu putih yang di bumbu gula aren bawang putih bawang merah kecap air kemudian dimasak 2 jam dan di goreng sampai matang
2. Kue kering, berisikan nastar kastangel dan putri salju dengan bahan bahan premium
3. Empek empek, berisikan tepung aci, daging ayam, telur, bawang putih, lada, garam, air, minyak kemudian digoreng dan dicocol dengan kuah cuko yang terbuat dari gula aren, asam jawa, bawang putih dan cabe rawit hijau

Penyedia layanan pada produk Erlina *Snack* ini menggunakan kemasan plastik dan dus seperti mika, toples dan kotak dus yang dapat dipilih sesuai keinginan dan jumlah produk yang *diorder* oleh konsumen.

Produk Erlina *Snack* ini dapat *diorder* dengan sistem *pre-order* sehingga manfaat yang dirasakan oleh konsumen sendiri yaitu terjangkau dan mengenyangkan, sistem tersebut diterapkan agar produk yang dihasilkan oleh Erlina *snack* tetap terjaga kualitasnya dan layak di konsumsi, karena produk Erlina *Snack* tidak menggunakan bahan pengawet. Pada kemasan dilengkapi dengan logo atau stiker Erlina *Snack* yang berisikan informasi nomor *whatsapp* agar jika ingin membeli dapat menghubungi nomor *whatsapp* tersebut. Dengan adanya usaha Erlina *Snack* ini diharapkan konsumen dapat membeli camilan dengan inovasi dan cita rasa yang berbeda dengan produk serupa.

2.2 Analisis (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi yang di terapkan di sebuah perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan sebuah kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*) dan dapat meminimalkan sebuah kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan (Feni Indah Nurlita, 2020)

1. Strength (Kekuatan) :

Tidak memakai bahan kimia atau pengawet
Menggunakan bahan bahan yang berkualitas dan terjamin mutunya
Harga yang terjangkau

2. Weakness (Kelemahan)

Tidak dapat disimpan secara lama khusus baceman dan pempek
Harus melakukan *pre-order* tidak dapat secara langsung di beli hari itu juga
Tidak dapat di kirim ke daerah Cilacap lain kecuali Cilacap kota
Packaging yang belum memadai untuk dikirim ke daerah lain kecuali cilacap kota
Skala produksi yang terbatas

3. Opportunities (Peluang)

Inovasi pempek dengan olahan daging ayam
Menjadi peluang usaha baru

4. Threats (Hambatan)

Persaingan dengan pembelian partai besar

Kurangnya promosi melalui media sosial

Persaingan yang ketat dengan produk yang serupa

2.3 Peluang Pasar

Peluang berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *opportunity* yang berarti sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian. Peluang usaha adalah sebuah kesempatan yang dimiliki oleh semua orang yang mempunyai jiwa kreatifitas dalam dirinya untuk memulai sebuah usaha. Menurut Solihin (2012) peluang merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.(Pembelajaran et al., 2024)

Dalam usaha Erlina *Snack* ini peluang pasar yang akan dijelaskan secara rinci terdiri dari segmentasi demografis, geografis, psikografis dan perilaku.

Segmentasi demografis Erlina *Snack* ini termasuk usia dari 2 tahun hingga 65 tahun ke atas dengan jenis kelamin laki – laki dan wanita serta pendapatan masyarakat yang cenderung menengah ke bawah hingga menengah keatas disekitar Cilacap kota. Erlina *snack* dapat menjangkau masyarakat yang mencari camilan ringan yang dapat mengenyangkan sekaligus dapat dikonsumsi harian atau cendera mata. Segmentasi geografis Erlina *Snack* ini menargetkan masyarakat sekitar Cilacap khususnya Cilacap kota yang ingin mengkonsumsi makanan tradisional atau camilan yang dapat mengenyangkan. Segmentasi psikografis Erlina *Snack* menjangkau masyarakat yang mencari makanan tradisional atau snack yang mengutamakan cita rasa khas praktis, harga yang terjangkau dan mengenyangkan.

Saat ini trend pasar yang sedang mendominasi di daerah cilacap adalah makanan yang terjangkau dan praktis memiliki porsi sedikit tetapi

mengenyangkan, Erlina *Snack* hadir di Cilacap sebagai pilihan masyarakat yang mencari makanan yang terjangkau dan praktis dengan meningkatnya trend pasar tersebut dapat meningkatkan profitabilitas Erlina *Snack* dan menjadi sarana promosi secara tidak langsung

2.4 Strategi Pemasaran dan Target Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berada yang memiliki kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Segmentasi pasar yang efektif harus dapat diukur, dicapai, memberikan keuntungan, dapat dibedakan secara jelas dan dapat dilaksanakan.

Strategi pemasaran yang digunakan Erlina *Snack* melalui :

1. *Whatsapp* katalog

Menambahkan foto produk di katalog *whatsapp* serta menjelaskan detail produk yang dijual oleh Erlina *Snack*

Whatsapp katalog merupakan salah satu media promosi yang berisikan foto produk, deskripsi produk dan harga produk agar dapat menjangkau pelanggan meskipun melalui nomor *whatsapp* saja dan fasilitas ini diberikan oleh *whatsapp bussines* secara gratis, tak jarang pula *whatsapp bussines* ini memberikan sedikit pelatihan promosi dengan melalui story *whatsapp* dan dapat di jadikan sebagai ide untuk melakukan promosi di *whatsapp bussines*. Kedepannya erlina snack akan mencoba untuk mengembangkan *whatsapp katalog* agar dapat menjangkau pelanggan tetap maupun baru untuk terus menerus membeli produk erlina snack

2. *Flyer*

Berisikan informasi detail produk, foto produk, alamat dan logo Erlina *Snack* yang dicetak

Flyer merupakan salah satu cara promosi media cetak yang hingga saat ini masih di gunakan oleh banyak orang untuk mempromosikan barang atau jasa dan lain lainnya. Erlina *snack* telah mencoba untuk

membuat *flyer* dan kemudian di berikan kepada pelanggan yang membeli produk Erlina *Snack* namun pada saat itu Erlina *Snack* belum membuat *flyer* yang menarik dan rencana kedepannya Erlina *Snack* tetap akan menggunakan *flyer* yang menarik agar pelanggan tetap membeli produk Erlina *Snack* dan menjadi media untuk memperkenalkan ke masyarakat tentang Erlina *Snack* secara halus

3. Marketing online sosial media dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI).

Artificial intelligence (AI) Adalah kecerdasan buatan yang dapat memungkinkan untuk memecahkan masalah, membuat keputusan belajar dari data dan lain lain. Erlina snack berusaha menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) untuk di gunakan dalam *marketing online sosial media* contoh dalam pengaplikasian *Artificial Intelligence* dalam marketing yaitu membuat konten vidio tiktok atau *story whatsapp* di *whatsapp business*

Taktik promosi yang di gunakan oleh erlina snack yaitu, jika pemesanan partai besar konsumen akan mendapatkan free produk

Pengertian target pasar adalah untuk memilih kelompok konsumen mana yang akan dilayani. Jadi, perlu dipahami bahwa segmentasi pasar dan target pasar adalah dua hal yang berbeda. Target pasar dilakukan setelah melakukan segmentasi

Target pasar Orang yang ingin mengonsumsi snack atau mengonsumsi makanan tanpa merasa tertalu kenyang

2.5 Analisis Keuangan

1. Modal Awal

Modal awal adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memulai bisnis, termasuk biaya awal seperti pembelian peralatan, sewa tempat, dan biaya lainnya.

Tabel 2. Modal Awal

Keterangan	Jumlah (Rp)
Modal untuk Pembelian Peralatan	3.000.000
Sewa Tempat/Kantor	0
Biaya Administrasi dan Lisensi	0
Modal Kerja (Untuk operasional awal)	12.000.000
TOTAL MODAL AWAL	15.000.000

Penjelasan :

Total modal awal sebesar Rp. 15.000.000 di keluarkan per tahun. Yang meliputi modal untuk pembelian peralatan dan modal kerja untuk operasional awal seperti bahan baku

2. Proyeksi Pendapatan

Estimasi pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau layanan selama periode tertentu.(pertahun)

Tabel 3. Proyeksi Pendapatan

Tahun	Proyeksi Pendapatan (Rp)
Tahun 1	118.080.000
Tahun 2	123.984.000
Tahun 3	136.382.400

Penjelasan:

Pada tahun pertama, kami mengharapkan pendapatan sebesar Rp 14.016.000 dengan proyeksi kenaikan seiring meningkatnya permintaan dan ekspansi produk.

3. Proyeksi Biaya

Biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, termasuk biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya operasional lainnya.

Tabel 4. Proyeksi Biaya

Jenis Biaya	Biaya (Rp)
Biaya Produksi	60.000.000
Biaya Pemasaran	6.000.000
Biaya Operasional	6,000.000
TOTAL BIAYA	Rp 72.000.000

Penjelasan:

Proyeksi biaya ini mencakup biaya untuk memproduksi produk, biaya pemasaran, serta biaya operasional seperti gaji karyawan dan sewa tempat selama setengah tahun. (Sistem gaji karyawan sesuai presentase penjualan perhari yang kan diberikan seminggu sekali)

4. Laporan Laba Rugi

Menunjukkan estimasi pendapatan dan biaya untuk menghitung keuntungan atau kerugian yang diharapkan. (perminggu)

Tabel 5. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan	118.080.000
Biaya	72.000.000
Laba Bersih	46.080.000

Penjelasan:

Dengan estimasi pendapatan sebesar Rp 118.080.000 tahun pertama dan biaya sebesar Rp 72.000.000 dalam setahun sehingga laba bersih yang di harapkan adalah 46.080.000 dalam setahun atau Rp 3.840.000 dalam sebulan

5. Cash Flow

Menggambarkan aliran kas yang masuk dan keluar untuk memastikan likuiditas bisnis.

Tabel 6. Cash Flow

Keterangan	Jumlah (Rp)
Kas Masuk	118.080.000
Kas Keluar	72.000.000
Kas Bersih	46.080.000

Penjelasan:

Proyeksi cash flow ini menunjukkan bahwa dengan pendapatan yang masuk sebesar Rp 118.080.000 per tahun dan biaya keluar sebesar Rp 72.000.000 per tahun, bisnis diharapkan memiliki saldo kas bersih sebesar Rp 46.080.000 pendapatan per tahun

6. Titik Impas (Break-Even Point)

Titik impas adalah titik di mana pendapatan dan biaya seimbang.

Rumus Titik Impas:

$$\text{Titik Impas} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Misalnya, jika harga jual produk adalah Rp 50.000 per unit, dan biaya produksi per unit adalah Rp 30.000, maka titik impas tercapai ketika penjualan mencapai:

$$\begin{aligned}\text{Titik Impas} &= 72.000.000 : (10.000 - 5000) \\ &= 72.000.000 : 5000 \\ &= 14.400 \text{ unit}\end{aligned}$$

Penjelasan:

Untuk mencapai titik impas, bisnis perlu menjual 14.400 unit produk pada harga jual Rp 10.000 per unit.

1. Modal Awal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis adalah Rp 15.000.000.
2. Proyeksi Pendapatan pada tahun pertama sebesar Rp 118.080.000
3. Total Biaya untuk tahun pertama sebesar Rp 72.000.000.
4. Laba Bersih yang diharapkan adalah Rp 46.080.000.
5. Titik Impas tercapai setelah menjual 14.400 unit produk

BAB III

RENCANA OPERASIONAL

Rencana Operasional (*operational planning*) adalah rencana yang memberikan rincian tentang bagaimana rencana strategis itu akan dilaksanakan. Rencana operasional atau biasa disebut *planning of action* (POA) merupakan rincian rencana yang lebih operasional dan merupakan rencana jangka pendek. Lingkup perencanaan ini lebih sempit dibandingkan dengan perencanaan strategi. Adalah rencana yang menitikberatkan pada perencanaan rencana taktis untuk mencapai tujuan operasional. (rencana strategis & rencana operasional renstra & renop, t.t.)

3.1 Alat Dan Bahan

Dalam menjalankan proses produksi erlina snack, diperlukan berbagai alat dan bahan yang menunjang kelancaran kegiatan operasional. Alat dan bahan ini dipilih dengan mempertimbangkan efisiensi produksi, higienitas, serta kualitas hasil akhir produk

Alat :

Tabel 7. Alat Pempek

No.	Nama Alat	Jumlah	Fungsi
1	Blender	1	Untuk menghaluskan dan mencampurkan bumbu
2	Sutil	2	Untuk mengaduk adonan
3	Wajan	2	Untuk menggoreng pempek
4	Panci	2	Untuk merebus adonan pempek
5	Kompor	1	Untuk merebus dan menggoreng pempek
6	Mixer	1	Untuk menguleni adonan pempek
7	Timbangan	1	Menimbang bahan kering dan adonan pempek
8	Baskom stainless	2	Wadah untuk menguleni adonan pempek

Tabel 8. Alat Asinan Buah Dan Sayur

No.	Nama alat	Jumlah	Fungsi
1	Pisau	2	Memotong buah dan sayur
2	Talenan	1	Tempat memotong sayur dan buah
3	Peeler	2	Mengupas buah dan sayur
4	Panci	1	Wadah kuah asinan
5	Sutil	1	Mengaduk kuah asinan
6	Kompor	1	Memasak kuah asinan
7	Timbangan	1	Menimbang buah dan sayur
8	Baskom Stainless	2	Wadah untuk mendiamkan sayuran dan buah

Tabel 9. Alat Kue Kering Nastar

No.	Nama alat	Jumlah	Fungsi
1	Mixer	1	Mencampur bahan bahan
2	Timbangan	1	Menimbang bahan kering dan adonan
3	Wadah stainless	1	Tempat mencampur bahan bahan
4	Sutil	1	Mengaduk adonan
5	Loyang	1	Wadah untuk memanggang

Tabel 10. Alat Kue Kering Kastangel

No.	Nama alat	Jumlah	Fungsi
1	Mixer	1	Mencampur bahan bahan
2	Timbangan	1	Menimbang bahan kering dan adonan
3	Wadah stainless	1	Tempat mencampur bahan bahan
4	Sutil	1	Mengaduk adonan
5	Loyang	1	Wadah untuk memanggang
6	Cetakan	1	Mencetak adonan menjadi bentuk yang di inginkan

Tabel 11. Alat Tempe Dan Tahu Bacem

No.	Nama alat	Jumlah	Fungsi
1	Ulegan	1	Menghaluskan bawang
2	Timbangan	1	Menimbang bumbu halus
3	Panci	1	Merebus dan
4	Pisau	1	Menyisir tempe
5	Sutil	1	Mengaduk baceman
6	Wajan	1	Alat untuk menggoreng baceman

Bahan :

Tabel 12. Bahan Pempek

No.	Nama bahan
1	Dada ayam filet
2	Gula aren
3	Bawang putih
4	Lada
5	Telur
6	Cabe rawit hijau
7	Gula
8	Air
9	Minyak goreng
10	Garam
11	Tepung tapioka
12	Tepung sagu

Tabel 13. Bahan Asinan Buah Dan Sayur

No.	Nama bahan
1	Bengkuang
2	Cabe rawit merah
3	Bawang putih
4	Jambu air
5	Mangga muda
6	Pepaya muda
7	Nanas
8	Kedondong
9	Timun
10	Salak
11	Air
12	Cuka
13	Gula
14	Garam
15	Terasi

Tabel 14. Bahan Kue Kering Nastar

No.	Nama bahan
1	Margarine
2	Butter
3	Susu bubuk
4	Vanila
5	Tepung terigu
6	Nanas
7	Gula
8	Gula halus
9	Cengkeh
10	Kayu manis
11	Garam

Tabel 15. Bahan Kue Kering Kastangel

No.	Nama bahan
1	Keju Parut
2	Butter
3	Susu bubuk
4	Vanila
5	Tepung terigu
6	Keju oles
7	Margarine
8	Garam
9	Gula halus

Tabel 16. Bahan Tempe Dan Tahu Bacem

No.	Nama bahan
1	Tahu
2	Tempe
3	Bawang putih
4	Bawang merah
5	Garam
6	Kemiri
7	Minyak goreng
8	Gula aren
9	Kecap
10	Sereh
11	Salam

3.2 Proses Pembuatan

Pempek

A. Proses Pembuatan Pempek

1. Panaskan air yang sudah di beri minyak yang di gunakan untuk merebus adonan pempek
2. Cincang atau choper daging ayam dengan telur ayam bawang putih garam gula dan micin
3. Tambahkan minyak goreng ke dalam adonan yang telah di chopper
4. Tuang ke dalam baskom
5. Masukkan tepung sagu dan tapioka kemudian di uleni menggunakan tangan atau mixer tapi jangan terlalu lama
6. Timbang adonan sesuai keinginan dan bentuk adonan lenjer atau dos
7. Masukkan adonan yang sudah di bentuk ke dalam air yg sudah di didihkan tadi hingga mengambang
8. Tiriskan dan jangan lupa di berikan minyak goreng agar tidak lengket

b. Pembuatan Kuah Cuko Pempek

1. Didihkan air di dalam panci
2. Masukkan satu batok gula aren dan 1 batok gula aren
3. Blender bawang putih dan cabe rawit hijau
4. Masukkan ke dalam panci berisi air gula

5. Masak hingga mendidih kurang lebih 10 menit
6. Kemudian saring
7. Diamkan sehari semalam dan di simpan di kulkas agar rasanya lebih enak

Asinan Buah Dan Sayur

A. Pembuatan Kuah Asinan

1. Siapkan dan cuci bersih cabe merah keriting, bawang putih dan terasi
2. Blender hingga halus
3. Siapkan panci yang sudah di isi air 2 liter hingga mendidih
4. Masukkan cuka atau air asam jawa
5. Masukkan gula dan garam secukupnya
6. Masak hingga mendidih
7. Sisihkan dan dinginkan

B. Buah Dan Sayur

1. Cuci dan kupas bersih buah
2. Kemudian tiriskan
3. Rendam dengan kuah asinan selama 2 hari
4. Selama proses perendaman masukan ke dalam kulkas atau chiller

Kue Kering Nastar

A. Isian Selai Nanas

1. Kupas bersih dan cuci bersih nanas yang sudah di hilangkan mata nanasnya
2. Potong menjadi 2 bagian
3. Blender nanas hingga lembut
4. Saring nanas yang sudah di blender
5. Siapkan wajan

6. Masukkan air secukupnya
7. Masak air secukupnya bersama cengkeh dan kayu manis yang telah di cuci
8. Masukkan gula pasir
9. Tuangkan nanas yang sudah di blender
10. Masak dan aduk aduk hingga agak kering
11. Sisihkan hingga dingin
12. Kemudian timbang selai nanas yang sudah dingin

B. Adonan nastar

1. Timbang margarine, susu bubuk, tepung terigu, butter, vanili dan gula halus
2. Mixer butter margarin susu bubuk gula halus vanili garam dan telur hingga tercampur rata
3. Masukkan tepung terigu yang sudah di ayak secara bertahap
4. Mixer hingga tercampur rata
5. Kemudian timbang adonan yang sudah jadi dengan berat 10 gr
6. Masukkan ke dalam chiller selama 30 menit
7. Keluarkan dari chiller saat ingin di bentuk
8. Pipihkan adonan dan isi dengan selai nanas yang sudah di timbang
9. Bulatkan seperti bentuk bola
10. Letakan di atas loyang
11. Beri olesan kuning telur dan pewarna makanan kuning
12. Ulangi proses olesan jika di rasa warna blm sesuai
13. Panggang selama 30 menit dengan suhu 180

Kue Kering Kastangel

A. Adonan Kastangel

1. Siapkan tepung terigu, keju batang, susu bubuk, keju oles, gula halus, garam, vanili dan telur
2. Parut keju batang

3. Ayak tepung terigu, susu bubuk dan gula halus
4. Mixer telur, susu bubuk, keju oles dan gula halus
5. Masukkan tepung terigu yang sudah di ayak
6. Mixer kembali hingga tercampur dengan rata
7. Masukkan parutan keju kemudian uleni hingga tercampur rata
8. Kemudian pipihkan adonan dan cetak menggunakan cetakan kastangel
9. Jika sudah di cetak letakan adonan di atas loyang
10. Beri kuning telur dan pewarna makanan
11. Berikan sedikit parutan keju di atas adonan yang sudah di cetak dan di berikan kuning telur

Pembuatan Tempe Dan Tahu Bacem

1. Cuci bersih kemiri, bawang putih dan bawang merah
2. Uleg kemiri, bawang putih dan bawang merah
3. Tambahkan garam dan penyedap rasa
4. Siapkan panci yang sudah di isi air
5. Didihkan air
6. Masukkan bumbu halus yang sudah di uleg ke dalam panci
7. Tambahkan sereh, salam, gula merah dan kecap
8. Masukkan tempe dan tahu
9. Masak hingga mendidih
10. Diamkan hingga meresap
11. Kemudian masak kembali baceman hingga berubah warna
12. Goreng tahu dan tempe bacem

3.3 Proses Pemasaran Produk

Strategi pemasaran Erlina Snack difokuskan pada pemasaran digital dan distribusi langsung ke konsumen.

Strategi Pemasaran Meliputi :

Tabel 17. Strategi Pemasaran Produk

No.	Jenis pemasaran	Strategi pemasaran
1	Pemasaran offline	Setiap kali ada customer, diberikan tester produk secara gratis sebagai bentuk promosi. Selain itu, pelanggan juga diberikan stiker atau logo usaha yang dilengkapi dengan nomor telepon, serta flyer yang berisi informasi produk dan kontak agar memudahkan mereka untuk menghubungi atau melakukan pemesanan di kemudian hari
2	Pemasaran online	Pemasaran online yang digunakan saat ini adalah melalui WhatsApp Business, yang dilengkapi dengan fitur katalog produk. Fitur ini memudahkan calon customer untuk melihat berbagai pilihan produk yang tersedia secara praktis, sekaligus meningkatkan ketertarikan mereka untuk melakukan pemesanan.
3	Saluran distribusi	Penjualan juga dilakukan melalui sistem kerja sama konsinyasi, yaitu perjanjian di mana pemilik barang menitipkan produknya kepada pihak lain untuk dijual. Dengan sistem ini, produk dapat dipasarkan lebih luas tanpa harus membuka cabang baru, sementara hasil penjualan akan dilaporkan secara berkala oleh pihak yang bekerja sama.