

PEMPEK BERANAK

(Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Makanan Khas Daerah Pempek)

Prawestri Yekti Pambudhi¹, Hani Fitrianiingsih², Melwanda Rieka Maharani³, Monika Simare Mare⁴, Riza Azzahra⁵,

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

Email: prawestriyektipambudhi@gmail.com¹, Hanifitria151@gmail.com²,
melwandarieka@gmail.com³, monikasimaremare25@gmail.com⁴, rizaazzahra99@gmail.com⁵

Abstrak

Pempek Beranak adalah sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual pempek khas Palembang tetapi dengan nama dan tampilan yang lebih unik. Pempek Beranak merupakan bisnis rumahan yang berlokasi (tempat pembuatan) di Jalan Melawai 5, Jakarta Selatan. Bisnis ini menggunakan paduan sosis, mie, bakso, telur dan abon sebagai isian dari pempek. Promosi pempek dilakukan melalui instagram, BBM, Whatsapp, Line dan Poster sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali (*Payback Period*) pada saat usaha berjalan 1 tahun 11 bulan.

Kata Kunci : Pempek Beranak, Pempek unik.

Abstract

Pempek Beranak is a culinary business that produces and sells typical pempek Palembang but with the name and the look more unique. Pempek Beranakk is a home-based business located on the Street 5 Melawai, South Jakarta. This business of using a blend of noodles, meatballs, sausage, eggs and shredded as the stuffing of pempek. Pempek promotion is done via instagram, BBM, Whatsapp and posters as advertising media. Based on the results of the analysis, the business is eligible to run.

Key word : Pempek Beranak, Pempek Unique.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner memang tak ada habisnya, dari sekedar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik. Perkembangan kuliner di Indonesia diwarnai oleh tiga fase yaitu *original food*, *multicultural food*, dan kuliner kontemporer yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Ada yang masih asli namun seiring perkembangan, masakan tradisional mengalami perubahan dan penyesuaian baik dari penampilan, komposisi, memasaknya, cara hidang bahkan cara menyantapnya (Yuyun Alamsyah, 2008:6). Makanan tradisional pun dapat dikreasikan menjadi makanan yang mempunyai cita rasa dan nilai jual yang tinggi. Salah satunya adalah Pempek. Pempek Beranak merupakan bisnis yang lahir dari sebuah ide inovasi terhadap produk makanan khas Palembang. Selain itu bisnis Pempek sekarang mudah di jumpai di seluruh daerah khususnya daerah Jakarta seperti bisnis kaki lima, cafe, maupun restoran. Salah satu nama gerai pempek di Jakarta yang sudah berkembang adalah “Pempek Salmon PIK” ia membuat inovasi pempek menggunakan isian ikan salmon. Nama Pempek Beranak terinspirasi dari Baso Beranak yang sedang *trend* di daerah Jakarta dan sekitarnya. Pempek ini dibuat menyerupai pempek kapal selam. Isi pempek terdiri dari berbagai paduan sosis, mie, bakso, telur dan abon. Untuk kemasan, pempek dikemas menggunakan kertas roti. Adapun untuk cuka akan dikemas menggunakan gelas plastik mini. Pempek Beranak juga berinovasi pada cara menyantapnya, yaitu tanpa menggunakan alat makan. Target pasar Pempek Beranak yaitu masyarakat menengah. Pempek Beranak memiliki *positioning* yaitu memberikan pengalaman cita rasa baru tentang pempek pada konsumen.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Melestarikan makanan khas yaitu pempek agar semakin dicintai seluruh masyarakat penikmat pempek.

b. Misi

- 1) Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap pempek.
- 2) Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk Pempek Beranak.
- 3) Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.

c. Tujuan Usaha

Dengan terus melakukan inovasi yang baik secara berkelanjutan, diharapkan Pempek Beranak dapat menjadi salah satu bangkitnya industri kreatif kuliner di Kota Jakarta, Khususnya Jakarta Selatan. Dengan demikian, sebagai penikmat pempek akan mengalami pengalaman baru dalam menikmati pempek khas Palembang yang satu ini.

2. GAMBARAN USAHA

Pempek Beranak merupakan usaha industri rumahan yang berlokasi di Jalan Melawai 5 Jakarta Selatan. Penjualan produk Pempek Beranak menggunakan *mobile shop*, pemasaran dan promosi yang digunakan oleh usaha Pempek Beranak yaitu media online dan offline untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini. Keunikan dan keunggulan usaha Pempek

Beranak ini yaitu pempek ini memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang sedikit lebih besar dibanding pempek pada umumnya. Dan dari cara menyantapnya, yaitu tanpa menggunakan alat makan.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1. Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono dan Chandra, 2012:150).

Pempek Beranak mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : Pempek Beranak memilih segmentasi usia 8 tahun ke atas.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : menengah dan menengah ke bawah.

b. Target Pasar

Target Pasar atau Pasar Sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012:162).

Pempek Beranak memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat penggemar makanan pempek yang berada pada kelas ekonomi menengah.

c. Positioning

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999).

Inovasi yang kami lakukan adalah pada cita rasa yang berbeda dari pempek yang sudah pernah ada. Pada Pempek Beranak isinya terdiri atas rasa sosis, bakso, dan telur. Pempek Beranak sangat cocok bagi mereka yang menginginkan sebuah makanan yang cepat, enak, mudah saat menyantapnya dan juga sehat.

3.2. Perkiraan permintaan dan penawaran

a. Perkiraan Permintaan Terhadap Produk

Jumlah permintaan terhadap produk sangat tergantung dari jumlah produksi produk dan tingkat penawaran produknya sendiri. Karena usaha kuliner ini belum direalisasikan dan belum ada penawaran produk ke masyarakat. Jadi, jumlah permintaan belum bisa dihitung dengan pasti hanya masih bisa diperkirakan saja.

- Tabel 1. Proyeksi permintaan

Permintaan	Perkiraan permintaan perhari (porsi)	Perkiraan permintaan perbulan (porsi)	Perkiraan permintaan pertahun (porsi)
Baik	35	770	9.240

Sedang	25	550	6.600
Buruk	10	220	2.640

b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk

Penawaran adalah kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu.

- Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis di sekitar Jalan Melawai 5

Nama perusahaan pesaing	Kapasitas produk/ Tahun (porsi)
Pempek "Salmon PIK"	9.504
Pempek "Cihuy"	6.864
Total	16.368
Rata – Rata	8.184

- Tabel 3. Proyeksi penawaran dalam beberapa periode /tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tahun	Perkiraan penawaran (dalam unit)
2018	8.448
2019	9.504
2020	10.560

3.3. Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

3.3.1. Product (produk)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274)

Produk yang kami jual berupa Pempek Beranak, Pempek campuran. Pempek Beranak dibuat dengan menggunakan bahan dan isian yang berkualitas dan pilihan. Untuk kemasan, pempek dikemas menggunakan kertas roti. Adapun untuk cuka akan dikemas menggunakan gelas plastik mini. kemasan kertas sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

3.3.2. Place (tempat)

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:288).

Tempat produksi dirumah pribadi yang beralamat di Jl Melawai 5, Jakarta Selatan. Adapun lokasi penjualan Pempek Beranak akan berjualan di tempat-tempat keramaian. Dengan konsep *mobile shop* akan memungkinkan Pempek Beranak untuk menjangkau setiap tempat keramaian tersebut dibandingkan dengan konsep *stay shop*.

3.3.3. Price (harga)

Harga adalah Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:281)

Dari beberapa pendekatan harga yang ada. Pempek Beranak memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Pempek Beranak memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar **Rp 15.000,-** per porsi dengan isi 1 pempek beranak dan 2 pempek panjang.

3.3.4. Promotion (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219).

Strategi promosi dapat dilakukan melalui lima bentuk promosi yang paling dikenal yaitu periklanan, hubungan masyarakat, personal selling, promosi penjualan, dan penyaluran.

a. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk promosi yang dilakukan dengan cara memasang Poster di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line sebagai media promosi.

b. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi public reation yang digunakan pempek beranak adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen dimedia *offline* maupun *online* (seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh pempek beranak yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga teman dan masyarakat disekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha pempek beranak yaitu dengan memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli 3 porsi gratis 1 porsi guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

e. Penyaluran

Lokasi bisnis pempek beranak ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Jakarta terutama di daerah Jakarta Selatan.

3.4. Analisis Strategi

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Pempek Beranak. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dapat terjadi dalam usaha pengolahan Pempek Beranak.

a. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani (David,Fred R.,2005:47).

3.1 Kualitas

Pempek Beranak memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.

3.2 Ukuran

Pempek Beranak memiliki ukuran yang unik yaitu ukurannya sedikit lebih besar dibandingkan pempek biasa.

3.3 Desain Kemasan

Pempek Beranak akan dibungkus dengan pembungkus mirip seperti nasi pembungkus makanan cepat saji. Adapun untuk wadah cuka dan minuman akan dikemas menggunakan gelas plastik kecil dan besar.

b. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

1. Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
2. Terkadang pempek cepat menjadi keras.
3. Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
4. Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

c. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

- a. Dukungan pemerintah terhadap pelestarian usaha makanan tradisional khas daerah.
- b. Kondisi ekonomi makro Indonesia yang mulai membaik.
- c. Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai pempek dari lapisan perkotaan hingga masyarakat pinggiran Jakarta.
- d. Meskipun permintaan masyarakat terhadap pempek fluktuatif, pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap pempek sangat tinggi, misalnya untuk keperluan hajatan, hari-hari besar dan sebagainya.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

- a. Ancaman kami adalah adanya pesaing yang menjual pempek di kelas lain. Cara kami mengatasinya yaitu dengan membuat bentuk yang lebih besar, tetapi tidak

mengalami kerugian dan lebih giat lagi melakukan penjualan, serta melakukan modifikasi isi.

- b. Pesaing yang meniru konsep penjualan serta konsep produk.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Pempek Beranak
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Selatan
- d. Nama Pemilik : Prawestri Yekti Pambudhi
- e. Alamat : Jalan Melawai 5, Jakarta Selatan
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : pempek.beranak@yahoo.com
- h. No. Telp : 085890891970

4.2. Perijinan

Untuk perizinan usaha, Pempek Beranak hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Pempek Beranak juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha.

4.3. Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha Pempek Beranak adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin di bidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan, tenaga kerja, dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1. Jenis Produk

Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah Pempek Beranak dan pempek biasa.

5.2. Volume Produk akan dibuat

Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk berproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 32 Pempek Beranak dan 64 pempek biasa yang nantinya akan menjadi **32** porsi Pempek.

5.3. Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

1. Bahan yang Dibutuhkan

a) Bahan Baku

Bahan-bahan untuk membuat Pempek Bunting, isian dan kuah cuko :

1. Tepung Terigu
2. Tepung Kanji
3. Ikan tenggiri
4. Minyak sayur

b) Bahan Tambahan

1. Garam
2. Penyedap Rasa
3. Bawang Putih
4. Asam Jawa

5. Pewarna Makanan
6. Gula Pasir
7. Gula Merah

8. Kecap Asin
9. Timun
10. Cabai

2. Proses Produksi

Proses pembuatan Pempek Bunting terdiri dari :

1) Tahap Penyiapan Bahan dan Penimbangan

Pada tahap ini semua bahan untuk membuat empek-empek disiapkan kemudian ditimbang sesuai dengan takaran kebutuhan.

2) Tahap Pencampuran

Pada tahap ini, bahan baku yang terdiri dari:

- a. Tepung terigu
- b. Tepung Kanji
- c. Air
- d. Ikan Tengiri
- e. Garam
- f. Penyedap Rasa
- g. Bawang Putih
- h. Pewarna Makanan
(hanya untuk isi)

3) Tahap Pencampuran

Dicampur dan diaduk rata sesuai dengan takaran yang di butuhkan pada baskom yang telah disediakan. Aduk secara sempurna sehingga bahan-bahan tersebut tercampur rata.

4) Tahap Pembentukan

Adonan yang telah dicampur dan diaduk tadi, kemudian dibentuk menjadi beberapa jenis. Sisihkan Pempek yang telah terbentuk di baskom lain. Untuk jenis Pempek Bunting isi dengan varian isi yang telah ditentukan (sosis dan telur).

Untuk membuat isi pempek :

Adonan untuk isi pempek (Anak pempek mini hijau) sama dengan adonan untuk pempek. Hanya saja adonan tersebut pada tahap akhir tinggal diberi pewarna makanan yang berwarna hijau.

5) Tahap Perebusan

Dalam proses perebusan, hal yang pertama dilakukan adalah panaskan air hingga mendidih di dalam panci. Kemudian setelah mendidih masukkan adonan. Biarkan adonan hingga mengapung. Jika telah mengapung itu berarti Pempek siap ditiriskan.

6) Tahap Penggorengan

Pada tahap ini, empek-empek yang di goreng tergantung dengan pesanan yang diminta oleh pelanggan, jadi Pempek digoreng jika ada pelanggan yang datang memesan.

7) Untuk Membuat Kuah Cuko

- a. Haluskan cabai, bawang lalu rebus bersamaan dengan gula merah dan asam jawa hingga mendidih.
- b. Lalu saring kuah dan sisihkan.
- c. Tambahkan timun

8) Penyajian Pempek

- a. Bungkus pempek menggunakan kertas roti
- b. Tuang kuah cuko kedalam wadah plastik yang telah disiapkan

c. Pempek siap dimakan

3. Tabel 4. Peralatan

No.	Mesin dan Peralatan	No.	Mesin dan Peralatan
1.	Kuali/penggorengan	7.	Wadah plastik 50 cm
2.	Saringan minyak	8.	Wadah plastik 80 cm
3.	Kompore gas	9.	Panci besar
4.	Tabung LPG 3 kg	10.	Panci kecil
5.	Spatula	11.	Talenan
6.	Pisau	12.	Penjepit

5.4. Tenaga Kerja

Tenaga Kerja yang dibutuhkan yaitu 2 orang, berikut ini merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh calon karyawan yang akan bekerja di Pempek Beranak :

1. Wanita/Laki – Laki
2. Usia 17 tahun – 25 tahun
Giat, jujur, bertanggung jawab, ulet, disiplin, menarik dan dapat berkomunikasi baik dalam bekerja
3. Bersedia ditempatkan dibagian Produksi/Pemasaran

6. ASPEK KEUANGAN

6.1. Sumber Keuangan

Sumber Pendanaan yaitu

Modal sendiri Rp 97.115.000

Total Modal yang untuk mendirikan usaha Pempek Beranak **Rp 97.115.000.**

6.2. Tabel 5. Kebutuhan Investasi

	Keterangan	Unit	Harga /unit	Jumlah
1.	Motor roda tiga	1	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000
2.	Peralatan masak	1	Rp 250.000	Rp 250.000
	- Kompore gas	2	Rp 120.000	Rp 240.000
	- Tabung lpg 3kg	1	Rp 15.000	Rp 15.000
	- Spatula	1	Rp 60.000	Rp 60.000
	- Kuali	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Penjepit	1	Rp 10.000	Rp 10.000
	- Saringan minyak	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Wadah plastik 50 cm	1	Rp 25.000	Rp 25.000
	- Wadah plastik 80 cm	1	Rp 100.000	Rp 100.000
	- Panci besar	1	Rp 65.000	Rp 65.000
	- Panci kecil	2	Rp 15.000	Rp 30.000
	- Pisau	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Talenan			
3.	Cetak			
	- X- banner	1	Rp 120.000	Rp 120.000

-	Poster	4	Rp 12.500	Rp 50.000
Jumlah Modal Investasi				Rp 16.025.000

Kebutuhan sumber daya modal investasi Pempek Beranak meliputi barang – barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan Pempek Beranak dengan modal investasi sebesar Rp 16.025.000,-

Tabel 6. Peralatan Depresiasi Pempek Beranak

Peralatan	Total	Harga Total (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Residu	Depresiasi
Motor	1	15.000.000	10	5.000.000	1.000.000
Total Depresiasi					1.000.000

Pempek Beranak menetapkan nilai ekonomis selama 10 tahun untuk motor dengan total depresiasi sebesar Rp 1.000.000 per tahun dan nilai residu Rp 5.000.000.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

a. Tabel 7. Bahan Baku Pokok

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Tepung Terigu	1 Kg	Rp 10.000
2	Tepung Sagu	2 Kg	Rp 24.000
3	Ikan Tenggiri	1 Kg	Rp 60.000
5	Minyak Sayur	3 Liter	Rp 35.000
Total Perhari			Rp 129.000
Total Perbulan			Rp 2.838.000
Total Pertahun			Rp 34.056.000

b. Tabel 8. Bahan Tambahan

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Garam	1 Bungkus	Rp 1.000
2	Penyedap Rasa	4 Bungkus	Rp 2.000
3	Bawang Putih	400 Gram	Rp 5.000
4	Asam Jawa	4 Bungkus	Rp 4.000
5	Pewarna Makanan	1 Bungkus	Rp 2.000
6	Gula Pasir	1/4 Kg	Rp 3.500
7	Gula Merah	1/4 Kg	Rp 4.000
8	Kecap Asin	1 Botol	Rp 10.000
9	Timun	1/2 Kg	Rp 5.000
10	Cabai	1/2 Kg	Rp 35.000
11	Kertas Roti	35 Lbr	Rp 5.250
12	Gelas Cuko 90 Ml	35 Cps	Rp 7.000
Total Perhari			Rp 83.750
Total Perbulan			Rp 1.842.500
Total Pertahun			Rp 22.110.000

Kebutuhan modal kerja dari Pempek Beranak adalah **Rp 56.166.000** selama setahun yang didapat dari Jumlah Bahan Pokok dan Bahan Tambahan yang dibutuhkan, dengan seluruh bahan yang dibutuhkan dapat menghasilkan sebanyak 8.448 porsi selama setahun atau tahun 2018. Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu.

Tabel 9. Biaya Operasioanal dan Gaji Karyawan Pempek Beranak

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Gas 3 Kg	3 Tabung/Bln	Rp 60.000
2	Gaji Karyawan	2	Rp 1.500.000
3	Biaya Sewa Tempat Berjualan	Per Bulan	Rp 88.000
4	Transportasi	66 L/Bln	Rp 429.000
Total Beban Operasional Per Bulan			Rp 2.077.000
Total Beban Operasional Per Tahun			Rp 24.924.000

Kebutuhan untuk Biaya Operasioanal Pempek Beranak sebesar **Rp 24.924.000** selama setahun atau tahun 2018.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 10. Estimasi Aliran Kas Pempek Beranak per Tahun

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Rp 126.720.000	Rp 142.560.000	Rp 158.400.000
Penjualan			
Modal Investasi	Rp 16.025.000		
Biaya Tetap			
Biaya Gaji Karyawan	Rp 18.000.000	Rp 21.600.000	Rp 25.200.000
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Total Biaya Tetap	Rp 19.000.000	Rp 22.600.000	Rp 26.200.000
Biaya Variabel			
Biaya Bahan Baku	Rp 56.166.000	Rp 57.008.490	Rp 57.863.617
Biaya Gas	Rp 720.000	Rp 792.000	Rp 864.000
Biaya Sewa	Rp 1.056.000	Rp 1.320.000	Rp 1.584.000
Biaya Transportasi	Rp 5.148.000	Rp 5.348.000	Rp 5.544.000
Total Biaya Variabel	Rp 63.090.000	Rp 64.468.490	Rp 65.855.617
Total Biaya	Rp 82.090.000	Rp 87.068.490	Rp 92.055.617
Arus Kas Sebelum Pajak (EBT)	Rp 44.630.000	Rp 55.491.510	Rp 66.344.383
Pajak 1%	Rp 1.267.200	Rp 1.425.600	Rp 1.584.000
Arus Kas Bersih Setelah Pajak (EAT)	Rp 43.362.800	Rp 54.065.910	Rp 64.760.383
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Kas Bersih	Rp 44.362.800	Rp 55.065.910	Rp 65.760.383
Investasi	Rp 97.115.000	Rp 141.477.800	Rp 196.543.710
Kas	Rp 141.477.800	Rp 196.543.710	Rp 262.304.093
Diskon Faktor	0,909	0,8264	0,7513
PV Kas Bersih	Rp 40.325.785	Rp 45.506.468	Rp 49.405.775

6.4.1 *Payback Periode*

Metode *Payback Periode* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengambilan investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun.

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 12 \text{ bulan}$$

$$\text{Jumlah Investasi} = \text{Rp } 97.115.000$$

$$\begin{aligned} \text{Arus kas tahun per-1} &= \text{Rp } 44.362.800 - \\ &\underline{\hspace{10em}} \\ &\text{Rp. } 52.752.200 \end{aligned}$$

Karena terdapat sisa, akan dikurangi dengan arus kas bersih tahun ke-2, maka sisa dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan arus kas bersih tahun ke-2 adalah sebagai berikut:

$$PP = \frac{52.752.200}{55.065.910} \times 12 = 11,4 \text{ Atau } 11 \text{ Bulan}$$

Pada perhitungan diatas dapat diketahui *Payback Periode* pada Pempek Beranak adalah selama 1 Tahun 11 Bulan.

6.4.2 *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi.

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)\text{pangkat}2} + \frac{\text{kas bersih 3}}{(1+r)\text{pangkat}3} - \text{Investasi ,}$$

$$\begin{aligned} \text{Total PV kas bersih} &= \text{Rp } 40.325.785 + \text{Rp } 45.506.468 + \text{Rp. } 49.405.775 \\ &= \text{Rp } 135.238.029 \end{aligned}$$

$$NPV = \text{Total PV kas Bersih} - \text{Investasi}$$

$$= \text{Rp } 135.238.029 - \text{Rp. } 97.115.000$$

$$= \text{Rp } 38.123.029$$

Hasil NPV dari Pempek Beranak sebesar **Rp 38.123.029** yang mempunyai nilai positif. Maka investasi Pempek Beranak layak atau dapat diterima.

6.6 Analisa Keuangan

6.6.1 BEP dalam Unit

Break Event Poit (BEP) adalah harga yang ditentukan berdasarkan titik impas atau pulang pokok.

- Tahun 2018:
 - Pempek Beranak : 8448 porsi
- Tahun 2019:
 - Pempek Beranak : 8.976 porsi
- Tahun 2020:
 - Pempek Beranak : 9.504 porsi

6.6.2 BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018:
 - Pempek Beranak : Rp 126.720.000
- Tahun 2019:
 - Pempek Beranak : Rp 142.560.000
- Tahun 2020:
 - Pempek Beranak : Rp 158.400.000

6.7 Laporan Keuangan

6.7.1 Laporan Laba Rugi

Laporan laba-rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil-hasil usaha yang dicapai selama periode tertentu. Laba rugi bersih adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya atau pengeluaran total. Pendapatan mengukur aliran masuk asset bersih (setelah dikurangi utang) dari penjualan barang atau jasa (Warsono, 2001: 26).

Tabel 11. Laporan Laba/Rugi Pempek Beranak :

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Rp 126.720.000	Rp 142.560.000	Rp 158.400.000
Biaya-Biaya			
Biaya Bahan Baku	Rp 56.166.000	Rp 57.008.490	Rp 57.863.617
Biaya Gaji Karyawan	Rp 18.000.000	Rp 21.600.000	Rp 25.200.000
Biaya Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Biaya Lain-Lain	Rp 6.924.000	Rp 7.460.000	Rp 7.992.000
Total Biaya Operasi	Rp 82.090.000	Rp 87.068.490	Rp 92.055.617
Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp 44.630.000	Rp 55.491.510	Rp 66.344.383
Pajak 1%	Rp 1.267.200	Rp 1.425.600	Rp 1.584.000
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp 43.362.800	Rp 54.065.910	Rp 64.760.383

Penghasilan bersih Pempek Bunting adalah **Rp 43.362.800** untuk tahun 2018, tahun 2019 sebesar **Rp 54.065.910** dan untuk tahun 2020 adalah **Rp 64.760.383**.

6.7.2 Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan laporan yang berisi catatan terjadinya perubahan modal diperusahaan (Hidayat dan Purwana, 2016:149).

Tabel 12. Laporan Perubahan Modal

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Modal Awal	Rp 97.115.000	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710
Laba Bersih	Rp 43.362.800	Rp 54.065.910	Rp 64.760.383
Modal Akhir	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710	Rp 259.304.093

Laporan perubahan modal Pempek Beranak adalah sebesar **Rp 140.477.800** untuk tahun 2018 sedangkan pada tahun 2019 adalah sebesar **Rp 194.543.710** dan tahun 2020 adalah sebesar **Rp 259.304.093**.

6.7.3 Neraca

Neraca adalah laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan suatu organisasi pada suatu periode tertentu. Neraca perusahaan ini disusun berdasarkan persamaan dasar akuntansi, yaitu bahwa kekayaan atau aktiva (assets) sama dengan kewajiban (liabilities) ditambah modal saham (stock equities) (Warsono, 2001: 25).

Tabel 13. Laporan Neraca Pempek Beranak

Aktiva	2018	2019	2020
Kas	Rp 141.477.800	Rp 196.543.710	Rp 262.304.093
Kendaraan	Rp 15.000.000	Rp 14.000.000	Rp 13.000.000
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Nilai Bersih Perlatan	Rp 14.000.000	Rp 13.000.000	Rp 12.000.000
Perlengkapan	Rp 1.025.000	Rp 1.025.000	Rp 1.025.0000
Total Aktiva	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710	Rp 259.304.093
Passiva			
Hutang	0	0	0
Modal	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710	Rp 259.304.093
Total Passiva	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710	Rp 259.304.093

Untuk tahun 2018 total aktiva dan passiva sebesar **Rp 140.477.800** untuk tahun 2018 sedangkan pada tahun 2019 adalah sebesar **Rp 194.543.710** dan tahun 2020 adalah sebesar **Rp 259.304.093**.

7. PENUTUP

Dari proposal usaha ini dapat diambil kesimpulan bahwa membuka usaha pempek yang telah dimodifikasi cukup menguntungkan. Untuk mencapai kesuksesan, dalam setiap usaha diperlukan kegigihan dan pantang menyerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____ dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Steven Yuniarto Surya. (2014). *Laporan Perencanaan Bisnis Pempek Kampus*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Lima. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Warsono. (2001). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Tiga. Cetakan Pertama. Jilid Satu. Malang: Bayu Media.