

PISCOQUE GRANAT
(Perencanaan Pendirian Usaha Pisang Coklat Bentuk Bulat)

**Erizka Baity Ramona¹, Mayang Puspita Devi², Rachmat
Farizi³, Salsabilla Fahira⁴, Shafila Tasya⁵**
**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri
Jakarta**

e-mail : erizkaramona@gmail.com,
mayang.puspita30@gmail.com, farizipurnama17@gmail.com,
salsabilla.fahira.aidina@gmail.com, tasyashafila@gmail.com.

Ringkasan Eksekutif

Piscoque Granat adalah sebuah usaha kuliner pisang coklat yang dimodifikasi dengan berbagai aneka macam rasa unik yang terdiri dari Cokelat, Kitkat Greentea, Nutella, Papermint, dan Keju.

Usaha ini merupakan usaha *homemade* yang dibuat oleh kelompok kami yang nantinya akan dipromosikan melalui sosial media (instagram, facebook, line, dll) dan akan dipasarkan langsung di sekitar Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Kata Kunci : *Piscoque Granat*, Pisang, Kuliner

Executive Summary

Piscoque Granat is a culinary venture chocolate banana modified development in various kinds off unique lavors that comprise the contents of the chocolate, Greentea Kitkat, Nutella, Papermint, and Cheese. This bussiness is a homemade created by our group that will be promoted through social media (instagram, facebook, line, etc) will be marketed directly around the State University of Jakarta (UNJ).

Keyword : *Piscoque Granat*, Banana, Culinary

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Buah pisang tergolong buah yang banyak ditanam di Indonesia dan tergolong buah yang murah. Manfaat buah pisang sudah dikenal banyak kalangan. Selain itu juga disukai oleh berbagai umur, mulai dari anak-anak sampai dewasa karena teksturnya yang empuk dan rasanya manis jika sudah matang. Buah pisang juga bisa diolah dengan berbagai macam cara, ada yang langsung dimakan, direbus, digoreng, ataupun dibuat selai pisang. Pisang juga dapat diolah menjadi keripik.

Manfaat buah pisang tidak hanya pada buahnya saja. Buah pisang juga memiliki bagian-bagian yang banyak manfaatnya. Daunnya bisa dimanfaatkan untuk bungkus makanan, pohonnya bisa dimanfaatkan sebagai pupuk, keperluan irigasi, dan budaya. Jantung pisang sering dimasak untuk sayuran dan dendeng. Bagian buahnya bisa dimakan sebagai buah atau dijus, sangat bagus untuk pencernaan.

Kebutuhan masyarakat akan konsumsi yang semakin meningkat. Merupakan salah satu ide untuk membuat usaha ini. Selain Pisang Coklat adalah olahan makanan yang inovasi, usaha ini juga sangat menarik minat pembeli, karena makanan ini mempunyai rasa yang berkualitas dan dapat di nikmati oleh semua kalangan dengan harga ekonomis /terjangkau. Sehingga dapat menjadikan Usaha ini dapat cepat berkembang dan menyebar luas.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Holtikultura pada tahun 2016 Indonesia memanen buah pisang sebanyak 85.324 buah. Penghasil terbesar buah pisang menurut provinsi ada di Jawa Timur dengan hasil panen sebanyak 19.895 buah dan peringkat kedua ada Jawa Barat dengan hasil panen sebanyak 15.184 buah.

Pisang juga dapat diolah menjadi keripik pisang. Seperti yang dilansir oleh *indosuara.com* dalam sebuah artikelnya terdapat usaha yang dimiliki oleh Bapak Ahsin yang beralamat di desa Ndabag RT 04 RW 27 Condong Catur Depok, Sleman, Yogyakarta. Beliau menamakan usaha keripik pisangnya dengan nama 'Barokah'. Usaha keripik pisangnya sudah berdiri sejak lima tahun lalu. Modal awal yang dikeluarkan usahanya sebesar Rp. 5.000.0000. Dengan total pendapatan per bulan sebesar Rp. 6.000.000. Bisnis keripik pisangnya menghasilkan keuntungan yang cukup banyak yaitu sebesar Rp. 1.000.000 per bulan.

Dari sanalah kami mendapatkan ide untuk membuat produk olahan pisang lain yaitu PISCOQUE GRANAT (Pisang Coklat Berbentuk Bulat). Bagaimana dengan peluang Usaha yang satu ini. Apakah dapat diterima baik oleh peminat olahan pisang dan apakah dari bisnis ini kami dapat menghasilkan keuntungan yang besar?

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

1.2.1 Visi :

Dengan lebih populernya piscok tersebut dapat membuka lapangan pekerjaan dengan lebih luas lagi. Sehingga menjadikan piscok menjadi jajanan favorit di kalangan masyarakat diharapkan dapat menambahkan atau meningkatkan varian rasa yang lebih banyak lagi.

1.2.2 Misi :

1. Menciptakan dan menambah inovasi dalam varian rasa
2. Memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan konsumen.
3. Mempromosikan piscoque granat kepada masyarakat melalui social media.

4. Menjamin mutu dan kualitas piscoque granat ini dengan menggunakan bahan-bahan dengan kualitas terbaik.

1.2.3 Tujuan :

1. Sebagai sebuah usaha *homemade* yang sederhana namun menguntungkan.
2. Membantu mempertahankan minat orang terhadap buah lokal yaitu pisang.
3. Menjadi trend setter bagi kaula muda dalam berusaha dan memberikan antusiasme kaula muda untuk memulai sebuah usaha.

II. GAMBARAN UMUM USAHA

Nama usaha yang akan didirikan adalah *Piscoque Granat*. Produk yang ditawarkan kepada calon konsumen berupa pisang coklat yang berisikan varian rasa yang membuat anda merasakan isian yang sungguh nikmat didalamnya. Konsep dari usaha bisnis *Piscoque Granat* adalah membuat kantong aman, perut kenyang, hati senang dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, proses pembuatan yang higienis sehingga menjaga kualitas produk dan menjamin kesehatan para konsumen. Jenis pisang yang ditawarkan dalam produk *Piscoque Granat* ini menggunakan bahan utama pisang uli, tepung panir dan tepung terigu sebagai yang membalutkan pisang tersebut, serta varian rasa seperti; Kitkat Greentea, Coklat yang dilelehkan, Nutella, Pepermint, dan Keju didalamnya.

Dengan model usaha dalam memasarkan produk ini, kita menggunakan sistem terjun langsung atau promosi melalui account official *Piscoque Granat*. Penjualan langsung *Piscoque Granat* dengan menggunakan stand yang ada seperti di Bazzardimanalokasiusahatersebutberalamat Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

III. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi Pasar, *Targeting* dan *Positioning*

3.1.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi pembeli yang kebutuhan, karakteristik atau perilakunya berbeda dan mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan karena beberapa alasan, **Pertama**, segmentasi memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi pasar menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani.

Selain itu segmentasi memungkinkan perusahaan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai peta kompetisi serta menentukan posisi pasar perusahaan. **Kedua**, segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan acuan dalam penentuan positioning.

Ketiga, segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang

pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing.

Berikut Dasar – dasar untuk Mensegmentasikan Pasar Konsumen :

a) Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti wilayah, kota, dan desa. Pada segmentasi geografis saat ini usaha terlebih dahulu fokus di kota Jakarta, khususnya di sekitar Universitas Negeri Jakarta Kampus A.

b) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis merupakan segmentasi yang didasarkan pada gaya hidup atau kepribadian. Karena di perkotaan penduduknya cenderung menyukai makanan manis dan juga hidup yang modern dan selalu *up-to-date* atau memiliki gaya hidup yang selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman.

c) Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis merupakan segmentasi yang didasarkan dari beberapa variable seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, besar kecilnya keluarga, siklus kehidupan, dll. Karena kami melakukan usaha di sekitar Kampus A Universitas Negeri Jakarta maka target pembeli adalah mahasiswa atau siswa.

3.1.2 Targeting

Piscoque Granat tidak memiliki target khusus akan tetapi jajanan ini sering dijumpai oleh kalangan masyarakat sekitar yang berada di Kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

3.1.3 Positioning

Positioning dari *Piscoque Granat* adalah menjadikan sebagai makanan *cemilan* yang unik dan pas dengan kantong karena *Piscoque Granat* memiliki varian rasa dan topping yang lezat sehingga membuat konsumen ingin mencobanya.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Permintaan

Permintaan adalah jumlah kesatuan barang yang oleh pembeli akan membeli dengan bermacam – macam harga selama jangka waktu tertentu (Manap 2016).

Tabel 1 Jumlah Pasar Potensial di Jl. Rawamangun Muka, Universitas Negeri Jakarta

NAMA KONSUMEN	JUMLAH PERMINTAAN
UNJ (Kampus A)	1000 orang
UNJ (Kampus B)	200 orang
SMA LABSCHOOL	500 orang
Pejalan Kaki	100 orang

Perkiraan pada permintaan potensial *Piscoque Granat* adalah dengan membagikan 10 kuisisioner secara acak kepada masing – masing konsumen. Dengan perbandingan 9 menyukai *Piscok* dan 1 tidak menyukai *Piscok* atau sebesar 90% menyukai dan 10% tidak menyukai. Penulis mengambil sebesar 70% dari populasi sebesar 1800 orang.

Perkiraan pada permintaan potensial *Piscoque Granat* adalah dengan membagikan 10 kuisisioner secara acak kepada masing – masing konsumen. Dengan perbandingan 9 menyukai *piscok* dan 1 tidak menyukai *piscok* atau sebesar 90% menyukai dan 10% tidak menyukai.

3.2.2 Penawaran

Bisnis *piscoque granat* ini merupakan bisnis yang sudah ada. Namun, pada umumnya *piscok* yang ada di pasaran menggunakan bahan baku pisang dan hanya diisikan coklat. Keberadaan usaha *piscoque granat* ini masih sangat sulit ditemukan terutama di kota-kota besar. Masyarakat yang hobi mengkonsumsi pisang serta makanan yang manis manis, tidak mencoba atau mejadikannya peluang bisnis. Mereka terlalu asyik menjadi konsumen dan tidak begitu tertarik mencobanya.

Kelangkaan produk *piscoque granat* bukan berarti bisnis ini tidak memiliki pesaing. Karena masih banyak makanan berbahan baku pisang lainnya dengan bentuk olahan yang lain (barang substitusi). Yang paling populer saat ini adalah *Banana Nugget*.

Tabel 3 Jumlah Penawaran Pesaing *Piscoque Granat*

Nama pesaing	Kapasitas produksi/hari (unit)	Kapasitas produksi/tahun(unit)	Kapasitas produksi/tahun (unit)
<i>Piscok Aroma</i>	1000 unit	30.000 unit	280.000 unit
<i>Piscok Koperasi Mahasiswa</i>	500 unit	10.000 unit	120.000 unit

Penawaran dari pesaing cukup kuat, dapat dilihat pada tabel 4.3 di atas bahwa permintaan per hari mencapai 1000 unit, per bulan mencapai 30.000 unit, sedangkan untuk per tahun sebesar 280.000 unit. Penulis mensurvey langsung dan mewawancarai.

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar:

Tabel 4 Prediksi Rencana Penjualan *Piscoque Granat* Per Tahun

Tahun	Permintaan	Penawaran	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2018					
2019					

Untuk rencana penjualan *Piscoque Granat* seperti yang dilihat pada tabel di atas. Rencana penjualan sebesar 9.603 di tahun pertama atau sebesar 18,8%.

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 Product

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Philip Kotler)

Gambar 1 Produk *Piscoque Granat*



Gambar 2 Logo *PiscoqueGranat*

Logo *Piscoque Granat* menggambarkan sebuah granat yang berisikan pisang yang sedang terlihat gembira karena siap-siap akan meledak. Warna yang dominan pada logo *Piscoque Granat* adalah warna kuning dan *background*hitamputih. Dan terdapat sumbu yang berwarna merah yang artinya granat akan siap meledak.

3.4.2 Harga

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Tabel 5 Harga Jual *Piscoque Granat*

Jenis	Topping	Harga
Pisang	Coklat (original)	Rp.6000
	Kitkat Greentea	Rp. 6000
	Nutella	Rp. 6000
	papermint	Rp. 6000
	Keju	Rp.6000

3.4.3 Promotion

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Proses ini dilakukan dengan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan. Promosi merupakan komponen utama. Penulis memutuskan untuk memilih media promosi seperti :

1. Social Networking

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog, jejaring sosial, wiki, instagram, twitter, forum dan dunia virtual*. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Piscoque Granat akan menggunakan media social berupa *Instagram (official Account Piscoque Granat)* sebagai media promosi dan media testimony yang diberikan oleh konsumen. karena hampir setiap orang dijamin sekarang mempunyai instagram, dengan fitur fitur instagram yang ada memudahkan konsumen mengetahui produk produk yang kita tawarkan dengan mudah, cepat, dan tak terbatas.

2. Brosur

Brosur adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut. brosur biasanya dipakai untuk menginformasikan kepada para konsumen potensial yang berkaitan dengan perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan presentasi perusahaan , produk baru atau layanan yang perusahaan yang ingin ditawarkan, ataupun perubahan terbaru dalam nama perusahaan , dan lain-lain.

Piscoque Granat akan membagikan brosur agar dapat lebih dikenal dan lebih menarik, pembagian brosur akan dilakukan di Universitas Negeri Jakarta.

3. Event

Rangkaian kegiatan dalam rangka tujuan tertentu pada waktu tertentu yang diadakan oleh pihak tertentu dan ditempat tertentu dengan biaya tertentu. Kami memilih event sebagai salah satu media promosi produk kami karena event akan memberikan pengalaman yang nyata kepada konsumen tentang bagaimana kualitas produk yang kami tawarkan dan memperkenalkan secara langsung tentang produk yang kami tawarkan.

Piscoque Granat akan mengikuti *event – event* yang ada di Universitas Negeri Jakarta seperti bazaar, pameran, dan pesta kuliner agar dapat memperkenalkan produk *Piscoque Granat* ke masyarakat khususnya kota Jakarta.

4. Personal Selling

Merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu cara untuk memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang di tawarkan secara tatap muka. Penjualan yang dilakukan sendiri oleh pemilik, yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk promosi dari *Piscoque Granat* dengan menawarkan langsung kepada keluarga, teman dan masyarakat sekitar.

Mengapa kami menggunakan teknik ini, karena teknik ini yang paling efektif dalam proses menghasilkan proses pembelian, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian.

3.4.4 Place

Pemilihan lokasi dari *Piscoque Granat* beralamat di Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Karena lokasi dekat dengan sekolah, universitas dan daerah perkantoran. Lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat kota.

3.5 Analisis SWOT

3.5.1 Strength

- a) Produk dari *Piscoque Granat* menggunakan bahan yang berkualitas dan *fresh*.
- b) Produk *Piscoque Granat* tidak menggunakan pewarna buatan dan bahan kimia berbahaya.
- c) Memiliki lokasi yang strategis dan berdekatan dengan Sekolah, beberapa Universitas, dan Perkantoran.
- d) Memiliki beberapa varian rasa dari *piscok* dan juga beberapa varian dari *topping*

3.5.2 Weakness

- a) Kurangnya informasi konsumen tentang *Piscoque Granat* dan apa itu *Piscoque Granat*.
- b) Merek *Piscoque Granat* belum dikenal baik oleh konsumen dan masyarakat terutama di Kota Jakarta.
- c) Belum memiliki cabang.
- d) Kurangnya modal untuk memulai usaha.
- e) Produk *Piscoque Granat* tidak tahan lama.

3.5.3 Opportunities

- a) Besarnya minat dan keinginan masyarakat terhadap jajanan unik
- b) Harga terjangkau.

3.5.4 Threat

- a) Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen.
- b) Harga bahan baku yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan kenaikan harga *piscok* yang mungkin dapat mengurangi pembeli.

IV. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh *Piscoque Granat*:

1. Nama Usaha : *Piscoque Granat*
2. Jenis usaha : pisang coklat dengan berbagai varian topping (Makanan Ringan)
3. Alamat usaha : Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
4. Nama Pemilik : Mayang Puspita Devi
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha

4.2 Perijinan

Perijinan merupakan hal yang sangat penting karena dengan ijin usaha dapat berdiri dan dapat diakui keberadaannya. Berdasarkan Peraturan yang diberikan oleh Universitas Negeri Jakarta

Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, diperlukan sebuah survei dan riset pasar yang digunakan untuk melihat seberapa besar peluang dan apa saja yang menjadi kebutuhan sebuah usaha dan apa yang diinginkan oleh setiap konsumen.

Dalam menyusun sebuah rencana bisnis tentu membutuhkan sebuah jadwal sampai dengan proses pembukaan atau *grand opening*. *Piscoque Granat* dijadwalkan pada pagi hari pukul 10:00 sampai dengan pukul 20:00

4.3 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

4.3.1 Inventaris Kantor

Inventaris kantor dari *Piscoque Granat* berupa kompor sebagai alat untuk memasak pisang coklat.

Tabel 9 Inventaris kantor *Piscoque Granat*

Uraian	Jumlah
Kalkulator	2
Stampel	2

4.3.2 Supply Kantor

Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan *Piscoque Granat* seperti menulis pemesanan konsumen. Alat – alat itu seperti nota pembelian, catatan, pena dan kertas note

Tabel 10 Supply Kantor *Piscoque Granat*

Uraian	Jumlah
Pena	1 lusin
Nota	3 lusin
Buku kas	2 buah

V. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi Usaha *Piscoque Granat*

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh *Piscoque Granat* adalah di jalan Rawamangun Muka. Pemilihan lokasi ini karena berdekatan dengan sekolah SMP & SMA LABSCHOOL

5.2 Rencana Tata Layout (Layout)

Contoh *Booth* Usaha *Piscoque Granat*



Booth dipakai untuk mempermudah penulis, karena *booth* berbentuk kecil sehingga dapat dipindahkan dengan mudah. *Booth* pun di desain sederhana tetapi konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan oleh penulis.

5.3 Proses Produksi

Proses Urutan Produksi *Piscoque Granat*

Piscoque Granat mempersiapkan produk – produk pada masing - masing rasa, dengan proses produksi yang baik akan mendapatkan hasil yang baik juga. Produksi *Piscoque Granat* dilakukan di booth dan digoreng secara langsung disana untuk mendapatkan hasil berupa pisang goreng coklat ‘dadakan’.

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Proses pembuatan makanan tentunya membutuhkan bahan baku dan juga bahan pembantu. *Piscoque Granat* menggunakan pisang goreng sebagai bahan baku dan topping varian rasa sebagai bahan pembantu untuk menghasilkan produk – produk yang berkualitas.

Bahan baku :

- 150 gram coklat masak pekat diserut
- 250 gram pisang ambon lumatkan
- Minyak untuk menggoreng

Bahan pelapis:

- 150 gram tepung panir
- 150 gram tepung terigu
- 1 butir telur

Proses pembuatan piscoque granat:

- Aduk coklat dan pisang hingga tercampur rata, masukkan kedalam cetakan es bekukan selam 3jam

- Gulingkan diatas tepung terigu, lapisi dengan telur, gulingkan diatas tepung panir. Lakukan 2 kali lalu bekukan
- Goreng didalam minyak yg sudah dipanaskan hingga kuning keemasan

5.5 Tenaga Produksi

Karena tenaga karyawan dilakukan oleh kelompok kami sendiri jadi kita tidak memerlukan kriteria dalam karyawan.

5.6 Peralatannya

Piscoque Granat menggunakan peralatan seperti *kompur dan penggorengan* dalam seluruh kegiatan pembuatan pisang cokelat.

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.	Kompur gas	9.	Panci besar
4.	Tabung LPG 3 kg	10.	Panci kecil
5.	Spatula	11.	Talenan
6.	Pisau	12.	Penjepit

5.7 Gedung, dan Perlengkapannya

Piscoque Granat menggunakan lokasi Jl. Rawamangun Muka yang status keberada gedung tersebut merupakan lahan dari pemilik Rachmat Fariz. Penulis memilih kampus Universitas Negeri Jakarta agar berdekatan dengan pangsa pasar lainnya seperti SMA & SMP LABSCHOOL.

VI. ASPEK KEUANGAN

6.1. Sumber Keuangan

Pendanaan *Piscoque Granat*

Modal yang diperlukan *Piscoque Granat* dengan jumlah modal mencapai Rp. 23.340.000,-

dengan pinjaman sebesar Rp. 7.002.000 dan modal dari pemilik sebesar Rp. 16. 338.000 Dengan *persentase* sebesar 70% modal sendiri dan sebesar 30% adalah pinjaman.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

6.2.1 Kebutuhan Modal Investasi *Piscoque Granat*

Kebutuhan sumberdaya modal investasi *Piscoque Granat* meliputi barang – barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan *pisang coklat* dengan modal investasi *Piscoque Granat* adalah sebesar Rp. 1.545.000

Depresiasi Peralatan *Piscoque Granat*

Piscoque Granat menetapkan nilai ekonomis selama 3 tahun untuk masing – masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp. 128.750

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

6.3.1 Biaya Peralatan Kantor *Piscoque Granat* Per Tahun

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari *Piscoque Granat* adalah sebesar Rp. 1.545.000 pertahun.

6.3.2 Kebutuhan Modal kerja *Piscoque Granat* tahun 2017

Kebutuhan modal kerja dari *Piscoque Granat* selama sebulan atau sebanyak 800 buah piscoque. Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu. Dengan harga Rp Rp 3.136.000 tiap bulan merupakan biaya modal kerja dari *Piscoque Granat* dan sebesar Rp 37.632.000 selama setahun atau tahun 2017.

6.3.3 Biaya Operasioanal *Piscoque Granat*

Biaya operasional *Piscoque Granat* dalam sebulan adalah sebesar Rp 1.525.000, dan dalam setahun adalah sebesar Rp 18.300.000.

6.3.4 Biaya Gaji *Piscoque Granat*

Piscoque Granat menggunakan 1 orang tenaga kerja, dengan biaya gaji sebesar Rp 800.000 per bulan. Dengan biaya gaji setahun mencapai Rp 21.600.000.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Estimasi Aliran Kas *Piscoque Granat*

Per Tahun

Kas bersih *Piscoque Granat* tahun 2019 adalah sebesar Rp. 280.080.000 – (Rp.18.540.000 + Rp. 21.600.000) = **Rp. 239.940.000**

6.4.1 Payback Period

Payback Period atau juga disebut *periode* yang diperlukan agar dapat menutup kembali seluruh pengeluaran investasi menggunakan arus kas bersih.

PP = Jumlah Investasi / Arus Kas Bersih / tahun

Jumlah Investasi = **Rp. 23.340.000**

Arus Kas Tahun ke-1 = **Rp 239.940.000**

6.4.2 Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah perbandingan antara PV kas bersih dengan PV Investasi selama umur investasi. Apabila menghasilkan hasil positif maka investasi diterima jika bernilai negatif maka investasi ditolak.

$$NPV = \text{Kas bersih}_1(1+r)^{-1} + \text{Kas bersih}_2(1+r)^{-2} + \dots + \text{Kas bersih}_n(1+r)^{-n} - I_0$$

Hasil NPV dari *Piscoque Granat* sebesar **Rp 239.940.000** dan mempunyai bernilai positif, maka investasi *Piscoque Granat* layak atau dapat diterima.

6.4.3 Internal Rate Of Return

Berikut merupakan perhitungan IRR (*internal rate of return*) dari *discount facto*.

Tabel 21 Perhitungan IRR dari Discount Rate Piscoque Granat

Sumber: Penulis, 2017

$$IRR = i_1 + NPV_1 / (NPV_1 - NPV_2) \times (i_2 - i_1)$$

6.5 Analisa Keuangan

6.5.1 BEP (BREAK EVENT POINT)

Biaya Produksi	Rp. 2.321.500
Keuntungan /buah (Harga jual - Hpp)	Rp. 793
	2927 buah
Biaya Produksi	Rp. 2.321.500
Laba per hari	Rp. 119.208
	19 hari

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Piscoque Granat* akan berada pada titik impas bila menjual sebanyak **2927 buah** atau selama **19 hari**.

6.6 Laporan Keuangan

6.6.1 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba/Rugi adalah laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu.

MODAL BAHAN PRODUKSI

NO	BAHAN	HARGA SATUAN	BANYAKNYA	TOTAL
1	Coklat	Rp 16.000	250 gr/1 pack	Rp 16.000
2	Pisang Uli	Rp 35.000	3 sisir	Rp 105.000
3	Minyak Goreng	Rp 28.000	4 L	Rp 112.000
4	Kulit Pangsit	Rp 10.000	4 pack	Rp 40.000

5	Tepung Panir	Rp	7.000	1 kg	Rp	15.000
6	Tepung Terigu	Rp	12.000	2 kg	Rp	224.000
7	Telur	Rp	24.000	1/4 kg	Rp	6.000
8	Margarine	Rp	10.000	1 bungkus	Rp	10.000
9	Kitkat GreenTea	Rp	25.000	5 karton	Rp	125.000
10	Keju	Rp	45.000	1/2 kg	Rp	22.500
11	Papermint	Rp	8.000	2 bungkus	Rp	16.000
12	Gas	Rp	20.000	1 tabung	Rp	20.000
13	Mika	Rp	5.000	3 pack	Rp	15.000
14	Plastik	Rp	5.000	2 pack	Rp	10.000
15	Nutella	Rp	45.000	1/2 toples	Rp	45.000
JUMLAH					Rp	776.500

MODAL PERALATAN PRODUKSI

Penggunaan peralatan produksi:

MODAL PERALATAN PRODUKSI					
NO	BAHAN	HARGA SATUAN	BANYAKNYA	JUMLAH	
1	Kompore Deep Friyer	Rp	600.000	2	Rp 1.200.000
2	Tirisan/Saringan	Rp	50.000	1	Rp 50.000
3	Wajan	Rp	100.000	1	Rp 100.000
4	Spatula	Rp	20.000	1	Rp 20.000
5	Capitan	Rp	20.000	1	Rp 20.000
6	Wadah	Rp	25.000	4	Rp 100.000
7	Pisau	Rp	15.000	3	Rp 45.000
8	Stepler	Rp	12.000	2	Rp 24.000
9	Steples	Rp	3.000	2	Rp 6.000
JUMLAH				Rp	1.545.000

Penyusutan modal peralatan produksi per bulan :

$$= \text{Rp. } 1.545.000 : 12 = \text{Rp. } 128.750,-$$

Penyusutan modal peralatan produksi per hari :

$$= \text{Rp. } 128.750 : 30 = \text{Rp. } 4.292,-$$

KESIMPULAN BIAYA YANG DIKELUARKAN

NO	KETERANGAN	HARGA
1	Biaya Tetap	Rp 1.545.000
2	Biaya Variabel	Rp 776.500 /hari
Total		Rp 2.321.500

Total modal yang dikeluarkan saat pertama kali produksi adalah sebesar Rp. 2.321.500,-

BIAYA YANG DIKELUARKAN PER BULAN

KELUAR / BULAN	30 HARI	TOTAL
Tetap		Rp 135.000
Variabel	Rp 776.500	Rp 23.295.000
Biaya Produksi		Rp 23.430.000

6.6.2 PERHITUNGAN KEUNTUNGAN

PRODUKSI			
NO		BANYAKNYA	JUMLAH
1	Jml piscok/varian yang dijual per hari	30 buah x 5 varian	150 buah/hari
2	Jml piscok/varian yang dijual per bulan	150 buah x 30 hari	4500 buah/ bulan

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa dengan modal per hari dikali dengan 30 hari kerja dapat menghasilkan 4.500 buah Piscoque Granat/ bulan dan dengan biaya yang dikrluarkan per bulan sebesar **Rp. 26.850.000,-**

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Tiap Unit} &= \frac{\text{Biaya Keluar}}{\text{Hasil Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 23,430,00}{4.500 \text{ buah}} \\
 &= \text{Rp } 5,207 / \text{buah}
 \end{aligned}$$

Presentase	35%	45%	55%	65%	75%
Hpp	Rp. 5.207				
Keuntungan Margin	Rp. 1.822	Rp. 2.343	Rp. 2.864	Rp. 3.384	Rp. 3.905
	Rp. 7.029	Rp.7.550	Rp. 8.071	Rp. 8.591	Rp. 9.112
Harga jual yang diambil	Rp. 6.000				

Keuntungan dengan margin **35%** x Rp. 5.207 /buah = Rp. 1.822

Harga jual adalah = Rp. 6.000 /buah

Pendapatan 30 hari = Rp. 6.000 x 4.500 buah = **Rp. 27.000.000**

6.6.3 ANALISIS LAPORAN KEUANGAN

Pendapatan :

Penjualan (Rp. 6.000 x 4.500 buah) = Rp. 27.000.000

Pengeluaran :

Biaya produksi (Rp. 23.430.000)

Total pengeluaran/ HPP =Rp. 23.430.000
 Laba per bulan = Rp. 3.570.000
Laba yang dihasilkan dalam usaha ini per bulan adalah sebesar Rp. 3.570.000,-

Perhitungan presentase RUGI / LABA (per hari)

Jadi, berdasarkan laporan rugi laba, dapat dihitung presentase margin keuntungan dari -/buah produk yaitu :

Hasil penjualan (harga jual x produksi/ hari) = Rp. 900.000
 Model (biaya variabel + biaya penyusutan /hari) = Rp. 780.792
 Laba bersih /hari = Rp. 119.208

Presentase laba = $\frac{Rp.119.208}{Rp.780.792} \times 100 \% = 15.00\% = \mathbf{15\%}$

6.6.4 LAPORAN KEUANGAN AKHIR BULAN

PISCOQUE GRANAT Laporan Rugi Laba Periode 31 Desember 2017	
Penjualan	Rp. 27.000.000
Harga Pokok Penjualan	<u>Rp. 23.430.000</u> —
Laba Bersih	<u>Rp. 3.570.000</u>

DAFTAR PUSTAKA

- 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, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincih Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- <https://www.google.com/url/pisang-kartun-menghibur-ceria> Diakses pada 13 Desember 2017
- <https://cookpad.com/id/resep/3469162-pisang-lava-piscok-lava> Diakses pada 16 Desember 2017
- <https://alvanlovi.wordpress.com/2013/12/28/segmentasi-targeting-dan-positioning> Diakses pada 20 Desember 2017