

CHUBY

(Perencanaan Pendirian Usaha *Cake and Bakery*)

Annisa Claudia (8105164492)

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

Email: annisaclaudia74@gmail.com

Abstrak

Chuby adalah sebuah bisnis kuliner yang menjual beraneka ragam kue dan roti kemasan dalam *box*. *Chuby* merupakan adopsi dari bisnis rumahan di produksi oleh ibu-ibu setempat dalam pemberdayaan ekonomi perempuan, berlokasi di Jalan. Cipinang Latihan, Jatinegara–Jakarta Timur. Bisnis ini mencakup berbagai ragam kue dan roti khusus diutamakan bagi penyediaan konsumsi di acara-acara atau *event* berlangsung, bisnis ini terbilang cukup mudah dan menguntungkan, promosi dilakukan dengan cara pelayanan yang ramah, penggunaan media sosial seperti (*instagram, facebook, twitter, line* atau *e-mart*) sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal pemilik akan kembali (*Payback Period*) pada saat usaha berjalan 2 bulan 3 minggu

Kata kunci: Kue, Roti.

Abstract

Chuby is a culinary business selling a wide range of home-made cakes and bread packaged in the box.. Chuby is an adoption of a home-based business in production by local mothers in the economic local community, located on Cipinang Latihan, Jatinegara – Jakarta Timur. This business covers a wide range of specialty cakes and specialty breads for the provision of consumption at events, the business is fairly easy and profitable, the promotion is done by friendly service, the use of social media such as (instagram, facebook, twitter, line or e-mart) as advertising media. Based on the analysis, This business is feasible to run because the owner's capital will return (Payback Period) at the time the business runs 2 months 3 weeks.

Key word: Cake, Bakery

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan usaha yang ada sekarang ini sudah terbilang banyak dan beraneka ragam usaha yang berkembang, meraih keuntungan adalah tujuan pencapaian bagi setiap pengusaha, namun bagi saya keuntungan terjadi bila mendapat keuntungan finansial, terlebih dari itu saya dapat menemukan jati diri kompetensi dari warga khususnya ibu-ibu rumah tangga di lingkungan tempat saya tinggal.

Kebanyakan orang atau sekelompok organisasi yang ingin membuat acara atau kegiatan secara simpel dan efisien. Contohnya dalam hal penyiapan makanan dan hidangan. Biasanya mereka lebih memilih untuk membeli makanan dari pada membuatnya sendiri dengan alasan pertimbangan waktu dan tenaga.

Maka kebanyakan dari mereka lebih memilih hal-hal yang instan. Adanya persaingan yang cukup ketat dalam pasar makanan tidak menyurutkan langkah saya untuk mencoba mengkaitkan peluang dan kebutuhan. Koneksi dalam bisnis adalah bagian yang tak terpisahkan, maka saya melihat adanya kebutuhan yang akan saya gali potensinya dengan sesuatu yang menguntungkan.

Bermula ketika melihat *home industry* kue dan roti yang dikelola beberapa ibu-ibu rumah tangga di daerah tempat saya tinggal, mereka mampu memproduksi berbagai aneka kue dan roti dengan banyak, namun kelemahannya mereka belum memiliki koneksi bisnis yang luas, sehingga setiap kali melakukan produksi hanya terjual oleh warga sekitar, bahkan ketika tersisa lalu dibuang begitu saja. Berbeda halnya ketika saya melihat kondisi di kampus saya yang memiliki banyak organisasi tentunya memiliki banyak kepentingan, program kerja yang harus terlaksana dengan melibatkan banyak orang, tak jarang bila *event*



organisasi tersebut terbilang dadakan dan pasti konsumsi tidak di produksi sendiri melainkan pembelian instan.

Berdasarkan fenomena di atas, Saya berniatif mencoba mengkaitkan dua unsur ini, memberikan ‘pemuahan kebutuhan’ untuk *home industry* para ibu lokal dan memberikan keuntungan ‘si peluang’ demi telaksananya segi konsumsi.

1. 2 Visi, Misi, dan Tujuan Usaha

a. Visi

Mengunggulkan usaha kuliner pemberdayaan kompetensi warga lokal dalam keberanian dalam dunia berwirausaha aktif.

b. Misi

1. Memperkenalkan aneka produk kue dan roti pada masyarakat umum melalui ajang membuka usaha baru.
2. Menjamin prioritas mutu, kualitas, dan harga.
3. Mengembangkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun pelayanan yang diharapkan mampu memahami perilaku konsumen.

c. Tujuan Usaha

Dengan bekerja sama dengan para ibu sebagai warga lokal, saya ingin memberdayakan dan menunjukan perempuan bisa berbisnis hingga sukses, dengan melihat peluang dan kebutuhan yang ada di masyarakat. Di harapkan usaha *home industry* ini mampu menghasilkan banyak konsumen yang selalu terikat dengan usaha ini, konsumen bisa kembali lagi terus menerus sebagai wujud tujuan keberhasilan usaha yang baru saya kembangkan ini.

2. GAMBARAN USAHA

Chuby merupakan bisnis kue dan roti yang di produksi dengan pemberdayaan ibu-ibu lokal tempat Saya tinggal di Jalan Cipinang Latihan, Jatinegara–Jakarta Timur.



Kelebihan usaha *Chuby* ini terkelompok makanan *home industry*, siap jadi, dan tidak memakai bahan pengawet dalam pembuatannya. Sangat jelas bahwa *Chuby* ialah kue dan roti yang sangat higienis dan bermutu, karena batas pemesanan bisa dilakukan sampai h-1 sebelum acara berlangsung. Tidak hanya itu, *Chuby* merupakan makanan yang berbentuk kue dan roti yang bisa dipesan menurut selera konsumen sesuai paket, harga kue dan roti yang disediakan juga harga terjangkau dan termasuk murah, diharapkan harga mempengaruhi tingkat pembelian konsumen. Selebihnya target pemasaran menggunakan promotor yang modern, seperti penggunaan media sosial, dan pengantaran didukung oleh Go-Send.

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).

Chuby mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografis dan ekonomi yaitu sebagai berikut:

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : *Chuby* memilih segmentasi pasar untuk semua usia karena jenis kue bisa dikonsumsi pada semua tingkat usia.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : menengah dan menengah ke bawah. Segmentasi ekonomi *Chuby* dapat menembus tingkatan masyarakat menengah kebawah.

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).

Chuby memilih target pasarnya yakni terkhususkan untuk acara bebas seperti ulang tahun, lamaran, pengajian, dan lain-lain atau kegiatan organisasi seperti acara kegiatan di kampus, seminar, pelatihan, dan lain-lain.

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 saya lakukan pada usaha ini, ialah memperhatikan kebutuhan konsumen dari segala aspek, misalnya satu kotak konsumsi *snack* yang diinginkan dalam suatu kegiatan dengan rasa manis, asin, ringan, dan pedas contoh kue, risol mayonaise, pastel, lontong, kue singkong pelangi (kue basah), serta harga yang terjangkau, jika melihat budget organisasi kampus sungkar dipungkiri untuk sie. konsumsi adalah terbatas, saya memberikan harga yang realitas dalam bisnis ini, contoh roti berukuran 7X14cm beraneka rasa sesuai keingan konsumen seperti rasa srikaya, coklat, stawberry, blueberry, keju, dan mocca dengan harga Rp. 1.500,- yang sekarang sudah sulit didapatkan, serta konsumen tidak akan kesulitan mengambil pesannya, pesannya akan diantar melalui Go-Send.

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 (per-box)	Perkiraan permintaan perbulan/27 hari (per-box)	Perkiraan permintaan pertahun (per-box)
Baik	225	6.075	72.900
Sedang	150	4.050	48.600
Buruk	75	2.025	24.300

b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk

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

Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis

Nama perusahaan pesaing	Kapasitas produk/ Tahun (Box)
Majestyk	30.000 box
Jessy Bread	15.000 box
Total	45.000 box
Rata – Rata	22.500 box

Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tabel 3. Proyeksi penawaran dalam beberapa periode/tahun mendatang.

Tahun	Perkiraan penawaran (dalam box)
2018	48.600 box
2019	75.000 box
2020	90.000 box

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 saya jual berupa paketan *snack* yang berisi beberapa kue dan aneka rasa roti sesuai dengan pesanan konsumen, yang di kemas menarik menggunakan *box* yang di design khusus menggunakan konsep bisnis saya. Kemasan *box snack* akan di design dengan memasukan logo, nama brand, dan kontak perusahaan agar konsumen mudah mengingat dan bisa memesan kembali.

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 produsen berjarak 500 meter dari tempat tinggal saya di Jalan. Cipinang Latihan, Jatinegara–Jakarta Timur. Dengan menerapkan sistem “*Cubit Chuby*” atau sistem online dalam penggunaan media online seperti *chat* melalui *whatsapp*, *Line* @, dan *blog* pemesanan akan memudahkan konsumen, yang terbilang cukup konsumtif saat ini.

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)

Harga yang ditawarkan berdasarkan paketan yang telah ditentukan oleh pemilik usaha, relatif terjangkau dengan mutu yang tidak kalah kualitasnya oleh pesaing.

Satu *box* atau paketan bervariasi tergantung isi *snack* di *box* tersebut. Berikut ini harga paket *Chuby* yang di tawarkan:

Tabel 4. Daftar Harga Pket Chuby

No	Jenis Snack	Jumlah
Paket Chuby		
1.	Roti (Rasa sesuai selera)	Rp. 10.000/Box
2.	Lemper	
3.	Kue Sus	
4.	Bolu Gulung Mini	
5.	Puding Oreo	
Paket Tembems		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 8.500/Box
2.	Pastel	
3.	Risol Mayonaise	
4.	Dadar Gulung	
Paket Curcol		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 8.500/Box
2.	Kroket Daging	
3.	Kue Mangkok	
4.	Donat	
Paket Keche		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 8.000/Box
2.	Risol Sayuran	
3.	Pie Fruit	
4.	Donat	
Paket Aduhay		

1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 8.000/Box
2.	Sosis Solo	
3.	Kue Lumpur	
4.	Kue Pisang	

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.

1. Periklanan (Advertising)

Bentuk promosi yang dilakukan dengan cara memasang dan penyebaran poster di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, ataupun lingkungan kampus (di sekitaran tempat berkumpul mahasiswa) pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *BBM*, *Line* sebagai media promosi.

2. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi *public realtion* yang digunakan *Chuby* 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 yang melakukan pemesanan langsung maupun online (seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Line*). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja, sehingga konsumen merasa puas dan bersedia untuk kembali lagi memesan di tempat usaha kita.

3. Penjualan Personal (Personal Selling)

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

4. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha *Chuby* yaitu dengan memberikan diskon guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak, serta menginovasi bentuk promosi dalam kerja sama.

Berikut ini penawaran promosi dari *Chuby*:

1. Pemberian member *Chuby* atau kupon, bila tiga kali telah memesan di *Chuby* akan mendapatkan gratis pengiriman.
2. Potongan harga 10% bila :
 - a. Pemesanan lebih dari Rp. 1.000.000,-
 - b. Mengajukan proposal kegiatan untuk *Chuby* ikut serta sebagai pendukung (supported by *Chuby*).

5. Penyaluran

Lokasi bisnis *Chuby* ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan dan bekerja sama dengan pihak yang berwenang di Jakarta, melihat langkah pertama apakah tempat tersebut strategis untuk penjualan dan promosi *Chuby*.

3.4 Analisis Strategi

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

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).

1. Kualitas

Chuby memiliki kualitas kue dan roti yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.

2. Ukuran

Chuby memiliki aneka jenis kue, yaitu kue kering dan kue basah serta roti aneka rasa yang memiliki ukuran 7X14cm dengan harga yang terjangkau dibandingkan pesaing lain, seharga 4 kali lipat harga dari roti *Chuby*

3. Desain kemasan

Chuby menggunakan kemasan *box* plastik bening dengan sticker di plastik bening posisi depan, dengan begitu konsumen akan langsung tertarik dengan isi *snack* paketan yang ada di dalam *box*

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).

Dari segi produsen, kue dan roti *Chuby* tidak memakai bahan pengawet karena ketika pemesanan sampai maksimal h-1 baru di produksi, tidak disimpan dan tidak diinapkan terlebih dahulu. Bahan baku produksi adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.

Dari segi konsumen, adanya permintaan konsumen yang fluktuatif atau tidak menentu, pengiriman barang yang harus di jemput oleh pemesan di tempat yang telah disepakati.

c. Opportunities (Peluang)

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

Pemberdayaan para ibu rumah tangga lokal yang memerlukan dorongan, koneksi, dalam wirausahanya agar tidak pasif dalam pergerakan produksi, serta melihat keterhubungan dengan kebutuhan kebanyakan orang atau sie. konsumsi setiap organisasi dalam menjalankan berbagai *event*, pastinya tidak membuat sendiri karena akan membutuhkan waktu proses, tenaga yang banyak, pengeluaran yang belum di prediksi, serta kegagalan dalam produksi.

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).

Ancaman bisnis ini terlalu banyak toko kue dan roti sejenis, namun sudah ada *brand*, terbilang terkenal. Namun menyiasatinya dengan kualitas, ukuran kue dan roti lebih besar dari toko lain, dan mutu terbaik.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : *Chuby* (Cake and Bakery)
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Timur
- d. Nama Pemilik : Annisa Claudia
- e. Alamat : Jalan. Cipinang Latihan No. 28
- f. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. Email : sayhi.chuby@gmail.com
- h. No. Telepon : 085714583444



i. Logo Usaha :



4.2 Perijinan

Untuk perizinan usaha, *Chuby* hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. *Chuby* juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha, serta perijinan untuk melibatkan pemberdayaan para ibu rumah tangga di wilayah tersebut, untuk menumbuhkan jiwa wirausaha.

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 *Chuby* 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 didistribusi dalam usaha ini adalah aneka kue kering, kue basah dan roti aneka rasa (srikaya, coklat, stawberry, blueberry, keju, dan mocca).

5.2 Volume Produk akan dibuat

Di dalam kegiatan bisnis ini, saya menerima setiap pesanan dari setiap konsumen yang telah di pesan sebelum h-1 pengantaran pesanan.

5.3 Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

1. Bahan yang Dibutuhkan

a. Bahan Baku

Bahan baku atau penyediaan produk berupa kue dan roti, yang telah dipesan sebelumnya dan diproduksi oleh *home industry* kelompok ibu-ibu.

2. Proses Produksi

a. Tahap Pemesanan

Pada tahap ini ada pada pihak konsumen, konsumen menghubungi pihak admin *Chuby*, kemudian disambut baik oleh admin “Cubit *Chuby*”, lalu admin akan menawarkan bantuan.

1. Daftar menu dan harga

Menampilkan daftar paket snack box beserta harga.

2. Penyesuaian budget yang dimiliki konsumen

Menyesuaikan budget yang dimiliki konsumen agar konsumen merasa nyaman dan pasti untuk membeli *snack* di *Chuby*.

3. Cara pembayaran

Menawarkan sistem COD (*Cash On Delivery*) atau transfer melalui bank.

4. Cara pengiriman barang

Di dukung oleh Go-Send

5. Cara bekerja sama dan informasi mengenai promosi

Penawaran promosi sekaligus mengingatkan program pelayanan dari *Chuby*.

1. Pemberian member *Chuby* atau kupon, bila tiga kali telah memesan di *Chuby* akan mendapatkan gratis pengiriman.

2. Potongan harga 10% bila :

a. Pemesanan lebih dari Rp. 1.000.000,-

b. Mengajukan proposal kegiatan untuk *Chuby* ikut serta sebagai pendukung (*supported by Chuby*).

c. Tahap Pembayaran



Tahap selanjutnya yaitu konsumen melakukan pembayaran, setelah melakukan pemilihan paket disesuaikan dengan *budget* dan melakukan penjumlahan keseluruhan. Admin '*Cubit Chuby*' akan menggolongkan sistem pembayaran:

1. Pesanan tidak bisa dibatalkan h-1 setelah jam 17.00 WIB.
2. Pembayaran COD (*Cash On Delivery*) saat barang pesanan diterima.
3. Pembayaran transfer, untuk pemesanan diatas Rp. 250.000,- di haruskan mengirimkan uang muka sebesar 50% dari jumlah pemesanan.

d. Penginformasian Produsen

Setelah sepakat dengan konsumen, meskipun konsumen melakukan pemesanan dari seminggu sebelum hari pelaksanaan acara, pihak distributor tidak akan melakukan penginformasian produsen, dikhawatirkan akan menimbulkan kejadian pembatalan pesanan. Maka solusinya, batas konfirmasi sampai h-1 jam 17.00 WIB sebelum pelaksanaan kegiatan.setelah itu, pihak kami akan melakukan penginformasian sesuai pesanan konsumen.

e. Tahap Penyediaan

Tahap penyediaan produk dilakukan oleh pihak produsen atau para ibu *home industry* yang berwirausaha sebagai *supplier* (penyedia). Kemudian, produk diantar ke rumah pemilik usaha.

f. Tahap Pengemasan

Tahap pengemasan di lakukan oleh dua orang tenaga kerja yang diambil dari warga sekitaran rumah, yang mempunya keleluasan waktu, sebelum mengemas dilakukan pengelompokan sesuai dengan pesanan, agar tidak tercampur oleh pesanan konsumen yang lain. Kemasan yang dipakai ialah berbentuk box plastik *food grade* dengan sticker brand di atas lapisan bening penutup kemasan.

g. Tahap Pengiriman



Pengiriman barang dilakukan sesuai kesepakatan konsumen dengan admin obrolan media sosial “Cubit Chuby”, pengiriman pesanan di dukung oleh Go-Send, penentuan titik pertemuan agar memudahkan antara konsumen mengambil langsung pesannya . Biaya antar ditanggung oleh konsumen.

3. Peralatan

Tabel 5. Daftar Peralatan

No	Nama Barang
1.	Box plastik <i>food grade</i>
2.	Sarung tangan plastik
3.	Selotipe
4.	Dispenser Tipe
5.	Tali Rapia
6.	Plastik Besar

5.4 Tenaga Kerja

Tenaga yang dibutuhkan yaitu para ibu yang bersedia meluangkan waktunya untuk pengelompokan kue dan roti sehingga bisa di lakukan pengemasan. Tenaga yang dibutuhkan sekitar 2 orang, diawasi oleh pemilik bisnis.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Keuangan

Sumber pendanaan yaitu modal pribadi sebesar Rp 27,360,500.00,-

6.2 Kebutuhan Investasi

Tabel 6. Daftar Kebutuhan Investasi

No.	Keterangan	Unit	Harga/unit	Jumlah
Perlengkapan Pengemasan				
1.	Dispenser Tipe	2 pcs	Rp. 20.000	Rp. 40.000
2.	Stampel	1pcs	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Media Promosi				

3.	Poster	20 pcs	Rp. 3.000	Rp. 60.000
4.	X- Banner	1 pcs	Rp. 120.000	Rp. 120.000
TOTAL				Rp. 240.000

Kebutuhan sumber daya modal investasi *Chuby* meliputi barang-barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan *Chuby* dengan modal investasi sebesar Rp. **Rp. 220.000,-**

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

6.3.1 Bahan Baku Pokok

Tabel 7. Harga Normal Paket Chuby

No	Jenis Snack	Jumlah
Paket Chuby		
1.	Roti (Rasa sesuai selera)	Rp. 8.500/Box (Rp.82.620.000/tahun)
2.	Lemper	
3.	Kue Sus	
4.	Bolu Gulung Mini	
5.	Puding Oreo	
Paket Tembems		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 6.500/Box (Rp. 63.180.000/tahun)
2.	Pastel	
3.	Risol Mayonaise	
4.	Dadar Gulung	
Paket Curcol		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 6.500/Box (Rp. 63.180.000/tahun)
2.	Kroket Daging	
3.	Kue Mangkok	
4.	Donat	
Paket Keché		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 6.000/Box (Rp. 58.320.000/tahun)
2.	Risol Sayuran	

3.	Pie Fruit	
4.	Donat	
Paket Aduhay		
1.	Roti (rasa sesuai selera)	Rp. 6.000/Box (Rp. 58.320.000/tahun)
2.	Sosis Solo	
3.	Kue Lumpur	
4.	Kue Pisang	

6.3.2 Biaya Tambahan

Tabel 8. Daftar Biaya Tambahan

No.	Keterangan	Unit	Harga/unit	Jumlah
Perlengkapan Pengemasan				
1.	Box plastik <i>food grade</i>	500 pcs	Rp. 500	Rp. 250.000
2.	Selotipe	3 pcs	Rp. 1.500	Rp. 4.500
3.	Plastik Besar	2 bks	Rp. 17.000	Rp. 34.000
Media Promosi				
4.	Sticker	600 pcs	Rp. 10.000/30lbr	Rp. 200.000
Total Perhari				Rp. 488.500
Total Perbulan				Rp. 18.376.500
Total Pertahun				Rp. 22.712.500

6.3.3 Biaya Operasional dan Gaji Karyawan

Tabel 9. Biaya Operasional dan Gaji Karyawan Selama Sebulan

No	Keterangan	Unit	Harga/Unit	Jumlah
Per Bulan				
1.	Sarung tangan plastik	1 pcs	Rp. 6.000	Rp. 6.000
2.	Tali Rapia	2 pcs	Rp. 11.000	Rp. 22.000
2.	Nota	1pcs	Rp. 6.000	Rp.6.000

3.	Gaji Karyawan	1 org	Rp.500.000	Rp. 500.000
TOTAL PERTAHUN				Rp.6.408.000

Kebutuhan untuk Biaya Operasional *Chuby* sebesar **Rp.6.408.000** selama setahun atau tahun 2018.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 10. Analisis Keuangan

Keterangan	Jenis	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Paket Chuby	Rp 97,200,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 180,000,000.00
	Paket Tembems	Rp 82,620,000.00	Rp 127,500,000.00	Rp 153,000,000.00
	Paket Curcol	Rp 82,620,000.00	Rp 127,500,000.00	Rp 153,000,000.00
	Paket Keche	Rp 77,760,000.00	Rp 120,000,000.00	Rp 144,000,000.00
	Paket Aduhay	Rp 77,760,000.00	Rp 120,000,000.00	Rp 144,000,000.00
	TOTAL	Rp 417,960,000.00	Rp 645,000,000.00	Rp 774,000,000.00
	Modal Investasi		Rp 240,000.00	Rp -
Biaya Tetap				
Gaji Karyawan		Rp 4,000,000.00	Rp 6,000,000.00	Rp 6,000,000.00
Biaya Operasional		Rp 408,000.00	Rp 408,000.00	Rp 408,000.00
T. Biaya Tetap		Rp 4,408,000.00	Rp 6,408,000.00	Rp 6,408,000.00
Biaya Variabel				
Biaya Bahan Baku		Rp 325,620,000.00	Rp 502,500,000.00	Rp 603,000,000.00
Biaya Tambahan		Rp 22,712,500.00	Rp 22,712,500.00	Rp 22,712,500.00
T Biaya Variabel		Rp 348,332,500.00	Rp 525,212,500.00	Rp 625,712,500.00
Total Biaya		Rp 352,740,500.00	Rp 531,620,500.00	Rp 632,120,500.00
Arus kas sebelum pajak		Rp 65,219,500.00	Rp 113,379,500.00	Rp 141,879,500.00
Pajak 1%		Rp 4,179,600.00	Rp 6,450,000.00	Rp 7,740,000.00
Kas Bersih		Rp 61,039,900.00	Rp 106,929,500.00	Rp 134,139,500.00
Depresiasi		Rp 20,000.00	Rp 20,000.00	Rp 20,000.00
Diskon Faktor 10%		0.9091	0.8264	0.7513
PV Kas Bersih		Rp 61,058,082.00	Rp 106,946,028.00	Rp 134,154,526.00

6.5 Analisa Keuangan

6.5.1 BEP dalam Unit

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

Tabel 11. BEP dalam pengeluaran produksi

No	Paket	BEP (dalam Box)		
		2018	2019	2020
1	Paket Chuby	9720	15000	18000
2	Paket Tembems	9720	15000	18000
3	Paket Curcol	9720	15000	18000
4	Paket Keche	9720	15000	18000
5	Paket Aduhay	9720	15000	18000

6.5.2 BEP dalam Rupiah

Tabel 12. BEP dalam harga

No	Paket	BEP (dalam Rp)		
		2018	2019	2020
1	Paket Chuby	14.580.000	67.740.000	179.917.380
2	Paket Tembems	19.440.000	64.320.000	89.920.000
3	Paket Curcol	19.440.000	64.320.000	89.920.000
4	Paket Keche	14.580.000	61.680.000	85.850.000
5	Paket Aduhay	14.580.000	61.680.000	85.850.000

6.6 Laporan Keuangan

6.6.1 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 13. Laporan laba rugi

Keterangan	Jenis	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Paket Chuby	Rp 97,200,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 180,000,000.00
	Paket Tembems	Rp 82,620,000.00	Rp 127,500,000.00	Rp 153,000,000.00
	Paket Curcol	Rp 82,620,000.00	Rp 127,500,000.00	Rp 153,000,000.00
	Paket Keche	Rp 77,760,000.00	Rp 120,000,000.00	Rp 144,000,000.00
	Paket Aduhay	Rp 77,760,000.00	Rp 120,000,000.00	Rp 144,000,000.00
	TOTAL	Rp 417,960,000.00	Rp 645,000,000.00	Rp 774,000,000.00
	Modal Investasi		Rp 240,000.00	Rp -
Biaya Tetap				
Gaji Karyawan		Rp 4,000,000.00	Rp 6,000,000.00	Rp 6,000,000.00
Biaya Operasional		Rp 408,000.00	Rp 408,000.00	Rp 408,000.00
T. Biaya Tetap		Rp 4,408,000.00	Rp 6,408,000.00	Rp 6,408,000.00
Biaya Variabel				
Biaya Bahan Baku		Rp 325,620,000.00	Rp 502,500,000.00	Rp 603,000,000.00
Biaya Tambahan		Rp 22,712,500.00	Rp 22,712,500.00	Rp 22,712,500.00
T Biaya Variabel		Rp 348,332,500.00	Rp 525,212,500.00	Rp 625,712,500.00
Total Biaya		Rp 352,740,500.00	Rp 531,620,500.00	Rp 632,120,500.00
Arus kas sebelum pajak		Rp 65,219,500.00	Rp 113,379,500.00	Rp 141,879,500.00
Pajak 1%		Rp 4,179,600.00	Rp 6,450,000.00	Rp 7,740,000.00
Kas Bersih		Rp 61,039,900.00	Rp 106,929,500.00	Rp 134,139,500.00

Penghasilan bersih chuby Rp 61,039,900.00 Pada tahun 2018, Rp 106,929,500.00 pada tahun 2019; Rp 134,139,500.00 pada tahun 2020

6.6.2 Laporan Perubahan Modal

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

Tabel 14. Laporan perubahan modal

	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Modal Awal	Rp 27,360,500.00	Rp 29,120,500.00	Rp 29,120,500.00
Laba Bersih	Rp 61,039,900.00	Rp 113,379,500.00	Rp 134,139,500.00
Modal Akhir	Rp 88,400,400.00	Rp 142,500,000.00	Rp 163,260,000.00

Laporan perubahan modal yang terjadi pada *Chuby* sebesar Rp 88,400,400.00 pada tahun 2018; Rp 142,500,000.00 pada tahun 2019; Rp 163,260,000.00 pada tahun 2020

6.6.3 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 15. Laporan Kas

Kas Bersih	Rp 61,039,900.00	Rp 113,379,500.00	Rp 134,139,500.00
Investasi Awal	Rp 26,360,500.00	Rp 28,120,500.00	Rp 28,120,500.00
Kas	Rp 87,400,400.00	Rp 141,500,000.00	Rp 162,260,000.00

7. PENUTUP

Dalam usaha *Chuby (Cake and Bakery)* ini, laba yang dihasilkan cukup menguntungkan mendapat laba bersih pada tahun pertama (2018) usaha ini hanya dijalankan 8 bulan (jangka waktu Mei-Desember) namun bisa meraih keuntungan Rp. 33.679.400,-. Dan titik pengembalian modal, dapat kembali pada jangka waktu 2 bulan, 3 minggu.

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.
- 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., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- 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.

