

TAKO TAKO CHAN

(Perencanaan Pendirian Usaha Makanan Ringan Takoyaki)

Oleh: Amelia Septianti (8105163670)

**Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

Email: ameliaseptianti98@gmail.com

Abstrak

Tako Tako Chan adalah perencanaan usaha dibidang kuliner yang memproduksi dan menjual makanan ringan atau jajanan pinggir jalan yang dikenal dengan sebutan takoyaki, asal negeri sakura, Jepang. Tako Tako Chan merupakan bisnis produksi rumahan dengan inovasi baru yang memadukan beragam isian dan warna. Kami melihat potensi dalam bisnis ini dari unsur keunggulan pasar, sebab baru-baru ini takoyaki menjadi makanan ringan populer di Indonesia terlebih karena bahan dan rasanya yang cocok dengan selera dan lidah masyarakat Indonesia. Kami juga melakukan promosi untuk produk kami melalui media elektronik berbasis sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Line*, *Whatsapp*, dan lain-lain. Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha, maka dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner Tako Tako Chan dinyatakan layak untuk dijalankan dan memiliki peluang usaha yang baik dimasa yang akan datang.

Kata kunci : Tako Tako Chan, Takoyaki.

Abstract

Tako Tako Chan is a culinary business planning that produces and sells snacks or street foods as known as takoyaki, origin from sakura country, Japan. Tako Tako Chan is a home-based production business with new innovations that combine diverse stuffing and color. We see the potential in this business from the element of market advantage, because recently takoyaki become popular in Indonesia especially because the material and taste that match with tongue of Indonesian society. We also do promotions for our products based on media social such as Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, and others. Based on the results of business feasibility analysis, it can be concluded that the culinary business tako tako chan declared eligible to run and have a good business opportunity in the future.

Keyword : Tako Tako Chan, takoyaki.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Di dunia ini terdapat beraneka jenis makanan karena setiap negara memiliki makanan khas masing – masing disesuaikan dengan selera. Terdapat banyak sekali aneka makanan yang lezat dan nikmat mampu menambah selera makan. Salah satu makanan populer dari Jepang dengan rasa unik dan lezat yaitu takoyaki. Takoyaki merupakan makanan khas Jepang berbentuk unik yaitu bola – bola kecil yang memiliki diameter 3 sampai 5 cm. Makanan ini dibuat dari bahan tepung dan diisi dengan potongan daging gurita. Takoyaki ini menjadi makanan pinggir jalan jika di Jepang. Rasa dan bentuk yang unik membuat takoyaki dari Jepang begitu populer sampai ke Indonesia.

Kami segera mengambil kesempatan dalam peluang ini. Kami membuat sebuah usaha kuliner dengan menu utama Takoyaki dengan merek bisnis “Tako Tako Chan”, namun produk kami berbeda dengan Takoyaki lainnya. Tako Tako Chan memiliki berbagai varian isi, *topping*, dan warnanya yang *anti-mainstream*. Varian isi yang kami sediakan diantaranya yaitu, gurita (original), udang, daging sapi, daging ayam, sosis, dan keju *mozzarella*. Untuk *topping*, kami menyediakan saus original, mayones, saus tomat, saus sambal, dan yang spesial adalah saus keju. Beragamnya varian isi dan *topping* yang kami sediakan, akan menarik minat konsumen untuk mencobanya. Ditambah lagi, Tako Tako Chan tampil dengan beda dari yang lainnya yaitu berwarna-warni, yang berfungsi untuk membuat konsumen penasaran dan tidak bosan sehingga konsumen ingin terus membelinya.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Menjadikan usaha Tako Tako Chan sebagai pelopor usaha modifikasi kuliner makanan ringan atau cemilan dari luar Indonesia yang dipadupadankan dengan berbagai varian isi dan berwarna-warni.

b. Misi

1. Mengenalkan Tako Tako Chan sebagai jajanan yang *anti-mainstream* dari takoyaki biasanya.
2. Mengadakan inovasi baru dan berkelanjutan disetiap bulannya.
3. Memenuhi kebutuhan serta permintaan dan kepuasan pelanggan.
4. Membuka booth dan mengembangkan franchise *Puvin Lava*.

5. Memastikan bahwa produk yang dibuat aman, berkualitas dan memiliki manfaat kesehatannya.
- c. Tujuan
1. Melakukan inovasi baru pada jajanan / cemilan takoyaki yang keluar dari zona standarnya.
 2. Dapat memenuhi permintaan konsumen agar konsumen merasa puas.
 3. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.
 4. Menciptakan lapangan pekerjaan baru.

2. GAMBARAN USAHA

Tako Tako Chan merupakan usaha *home industry* yang berproduksi di Jalan Binawarga No. 58A RT.008 RW.07, Kelurahan Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Konsep pemasaran usaha ini dilakukan dengan cara menawarkan produk dengan membuka toko kecil di halaman rumah dan membuka *stand* di sebuah mall di kawasan Margonda, Depok. Kami memilih menjualkan produk di beberapa mall kawasan Margonda, Depok karena daerah tersebut memiliki tingkat pemasaran produk yang tinggi. Selain itu, banyak pula bisnis-bisnis kuliner yang dibuka disana dan ramai oleh konsumen-konsumen penikmat kuliner. Melihat peluang tersebut, kami berinisiatif membuka tempat untuk mempromosikan dan menjualkan Tako Tako Chan ini. Pemasaran juga dilakukan melalui media sosial berupa *Facebook, Instagram, Line, Whatsapp*, dan lain-lain kepada teman untuk selanjutnya disebarluaskan agar produk dapat dikenal luas oleh konsumen lainnya.

Tako Tako Chan dibuat dengan proses awal mengocok telur dan dicampur dengan kaldu ayam sedikit demi sedikit, lalu dikocok hingga tercampur lalu sisihkan. Kemudian, campur tepung terigu, *baking powder* dan garam, aduk merata. Lalu tuang kocokan telur dengan kaldu ayam sambil diaduk rata. Siapkan bahan isian dan irisan kol serta daun bawang. Panaskan cetakan, beri minyak goreng 1 (satu) sdm. Jika panas sudah cukup, tuang adonan sampai setengah dari cetakan lalu masukkan isianya, kemudian dipenuhi kembali dengan adonan. Tunggu beberapa saat kemudian putar-putar takoyaki menggunakan 1 (satu) sumpit agar seluruh bagian takoyaki matang dengan merata. Setelah matang dan diangkat, sajikan dengan *topping* saus takoyaki mayones, dan daun bawang serta *katshuobushi* (serutan ikan cakalang) atau sesuai selera.

Tako Tako Chan memiliki keunikan tersendiri dibanding takoyaki lainnya. Tako Tako Chan memiliki berbagai varian isi, *topping* dan

bermacam warna yang cantik yang dapat memikat rasa penasaran konsumen. Selain itu, Tako Tako Chan memberi penawaran menarik bagi konsumennya, yaitu dalam pembelian dengan jumlah 5 porsi akan mendapat potongan harga sebesar 20% untuk setiap porsi, dan untuk pembelian dengan jumlah 7 porsi akan mendapat gratis 1 porsi.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, Targeting Dan Positioning

a. Segmentasi

Segmentasi adalah pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. *Pertama*, segmentasi geografis Tako Tako Chan berada di daerah Margonda, Depok, dan wilayah Jakarta Selatan. *Kedua*, segmentasi demografis Tako Tako Chan mengarah kepada anak-anak, remaja sampai dewasa dari berbagai golongan. *Ketiga*, segmentasi psikografis yaitu orang-orang yang menyukai cemilan atau goreng-gorengan dan yang selalu ingin mencoba tren-tren kuliner terbaru. *Keempat*, segmentasi perilaku yaitu dapat ditempatkan pada perilaku penduduk perkotaan yang merespon baik Tako Tako Chan terhadap inovasi pada makanan khas Jepang takoyaki, rasa yang lezat dengan varian isi dan *topping* yang berbeda dengan yang lainnya. (Purwana dan Hidayat, 2016:78).

b. Targeting

Tako Tako Chan mempunyai target pemasaran pada anak-anak, remaja hingga dewasa semua usia dan berbagai golongan. Tako Tako Chan menargetkan membuka *stand* dikawasan *foodcourt* di dalam mall atau pinggiran jalan raya besar dan lokasi yang dipilih ada di sekitar Margonda, Depok, dan Jakarta Selatan.

c. Positioning

Positioning dari Tako Tako Chan adalah menjadikan yang unik dan masa kini karena Tako Tako Chan memiliki keunikan di warna, isian dan *toppingnya* yang berdeba dari cemilan takoyaki lainnya. Posisi Tako Tako Chan berada dipinggir jalan raya dan di dalam *Foodcourt*, alasannya karena untuk dapat terlihat dengan mudah oleh konsumen. Ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan penjualan:

- a) Penetrasi pasar: Tako Tako Chan memberi penawaran menarik berupa pembelian dengan jumlah 5 porsi akan

mendapat potongan harga sebesar 20% untuk setiap porsi, dan untuk pembelian dengan jumlah 7 porsi akan mendapat gratis 1 porsi.

- b) Pengembangan produk: produk dikemas dalam sebuah kotak kertas agar mudah dibuka dan dibuang kembali.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Permintaan

Permintaan adalah berapa banyak jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada waktu tertentu dengan tingkat harga tertentu. Menurut Sugiarto, Herlambang sifat dari permintaan pembeli pada suatu barang dan jasa menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dengan harga yang akan disepakati oleh penjual dan pembeli. Perkiraan pada permintaan potensial Tako Tako Chan adalah dengan membagikan tester secara acak kepada 20 konsumen. Dengan perbandingan 17 menyukai Tako Tako Chan dan 3 tidak menyukai Tako Tako Chan.

b. Penawaran

Penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual (produsen) pada berbagai tingkat harga dan dalam waktu tertentu (per hari, per minggu, per tahun).

Tabel 1 Jumlah Penawaran Pesaing Tako Tako Chan

Pesaing	Penawaran/tahun
OTAYAKIMU	72.000 porsi
Takoyaki Matsuri	54.000 porsi
Rata-rata	63.000 porsi

Sumber: Penulis, 2018

3.3 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tako Tako Chan dibuat dengan bahan

berkualitas yang dipacking dalam kemasan kotak kertas yang tertera logo serta alamat dan informasi mengenai Tako Tako Chan untuk para konsumen.

Logo Tako Tako Chan.



b. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Manap 2016:289).

Tabel 2 Harga Jual Tako Tako Chan

Varian / Isi	Harga
Gurita (Original)	Rp15.000,-
Udang	Rp15.000,-
Sapi	Rp12.000,-
Ayam	Rp12.000,-
Sosis	Rp12.000,-
Keju <i>Mozzarella</i>	Rp15.000,-

c. Distribusi (*Place*)

Distribusi dilakukan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Jalur distribusi yang dipakai untuk menyalurkan produk yaitu distribusi langsung. Produk disalurkan dari produsen ke konsumen langsung tanpa adanya perantara.

d. Promotion

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Promosi dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan (Hidayat dan Purwana, 2016:93).

1) Brosur

Tako Tako Chan akan melakukan promosi berupa penyebaran brosur yang dilakukan di sekitar kawasan Margonda, Depok untuk memperkenalkan Tako Tako Chan kepada calon konsumen.

Brosur Tako Tako Chan.



2) *Social Networking*

Tako Tako Chan akan melakukan promosi perkenalan produk melalui jejaring sosial / media sosial seperti *Facebook, Instagram, Line, Whatsapp*, dan lain-lain.

3) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Untuk menciptakan atau mempertahankan citra publik yang menguntungkan dan meningkatkan citra dari suatu produk penulis menggunakan bentuk promosi *public relation*. Penulis akan lebih mengutamakan pelayanan yang baik dengan sikap yang sopan dan ramah agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

e. Pemilihan Lokasi (*Placement*)

Pemilihan lokasi pemasaran Tako Tako Chan adalah di kawasan Margonda, Depok, dan sekitaran Jakarta Selatan, sebab lokasi tersebut ramai oleh target/sasaran pasar.

3.4 Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strenght*)

1. Menggunakan bahan baku dengan kualitas tinggi
2. Harga terjangkau untuk semua kalangan masyarakat
3. Inovasi baru pada produk yang menarik perhatian

b. Kelemahan (*Weakness*)

1. Produk tidak tahan lama
2. Merek yang belum dikenal oleh konsumen

c. Peluang (*Oppurtunities*)

1. Konsumen selalu tertarik dan penasaran dengan produk-produk kuliner keluaran baru
2. Varian yang unik dan inovatif
3. Permintaan konsumen akan makanan ringan atau cemilan yang cukup tinggi

d. Ancaman (*Threat*)

1. Tak sedikit pesaing yang membuka bisnis usaha Takoyaki
2. Adanya pesaing lain dengan merek usaha lebih terkenal

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh Tako Tako Chan:

1. Nama Usaha : Tako Tako Chan
2. Jenis Usaha : Takoyaki dengan berbagai varian isi dan *topping*
3. Alamat Usaha: Jalan Binawarga No. 58A RT.008 RW.07, Kelurahan Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan.
4. Nama Pemilik : Amelia Septianti
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 berlaku, maka terdapat syarat perijinan yang harus dipenuhi untuk membuka usaha dengan persetujuan dari pihak prodi, Fakultas dan Universitas serta agar bisnis ini dapat berdiri dan diakui keberadaannya perijinan yang dibutuhkan adalah SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan praoperasional adalah kegiatan yang dilakukan sebelum jalanya sebuah usaha, penulis melakukan:

1. Survey pasar
2. Survey dan riset di sekitar lokasi usaha (selama 2 minggu)
3. Mencari pemasok dan bahan baku
4. Mengurus perizinan kepada staff gd L Universitas Negeri Jakarta (selama 1 minggu)
5. Penyediaan produk dan perlengkapan.
6. Menghubungi pemasok untuk memesan bahan baku
7. Membeli perlengkapan dan peralatan (selama 1 minggu)
8. Uji coba produksi.
9. Membuat produk yang akan di pasarkan (selama 1 minggu)
10. Melakukan promosi di jejaring sosial dan menginformasikan kepada teman serta kerabat (selama 1 minggu)

4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

a. Inventaris Kantor

Inventaris kantor Tako Tako Chan berupa kalkulator. Kalkulator digunakan sebagai alat untuk menghitung berapa besar pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, kantor juga membutuhkan Stampel untuk mengisi kupon setiap sekali pembelian.

b. Supply Kantor

Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan Tako Tako Chan seperti menulis pesanan konsumen. Seperti, pulpen/pensil, kertas. Selain itu, Tako Tako Chan juga membutuhkan kertas kupon untuk mencatat pembelian untuk memberikan potongan harga.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi yang telah ditentukan untuk usaha Tako Tako Chan adalah di sebuah mall kawasan Margonda, Depok, dan sekitar Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi ini ditentukan dengan melihat sasaran atau target pemasaran dari usaha Tako Tako Chan sendiri.

5.2 Rencana Tata Layout

Stand / Booth digunakan sebagai tempat untuk menjual produk yang akan mempermudah penulis karena memiliki ukuran yang kecil yang dapat

dipindahkan dengan mudah. Dengan *booth* konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk kita karena aksesnya yang mudah.

5.3 Proses Produksi

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 1995). Berikut merupakan proses pembuatan Tako Tako Chan:

1. Kocok telur, tuangkan kaldu ayam sedikit demi sedikit dan kocok lagi hingga menyatu.
2. Campurkan terigu, baking powder dan garam, aduk agar tercampur merata. Tuangkan campuran telur dan kaldu ayam, aduk rata. Ukur kekenyalan adonan, jika kurang encer tambahkan air dingin secukupnya.
3. Siapkan irisan kol dan daun bawang, campur semua bahan isian dan aduk hingga merata.
4. Panaskan cetakan, beri minyak hingga kira-kira sepertiga dari kedalaman hingga lubang cetakan.
5. Tuang adonan hingga setengah dari ketinggian lubang cetakan, masukkan isian dan tuang lagi adonan hingga penuh.
6. Masukkan takoyaki hingga bagian bawah matang dan atasnya mengembang, setelah itu putar/dibalik untuk mematangkan bagian atasnya.
7. Setelah matang, angkat dan sajikan bersama dengan *topping*.

5.4 Bahan Baku Dan Dan Bahan Pembantu

Didalam proses pembuatan makanan dan minuman membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu. Tako Tako Chan memerlukan bahan-bahan tersebut agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

Tabel 3 bahan baku dan bahan pembantu

Bahan baku	Tepung terigu, telur ayam, kaldu ayam, <i>baking powder</i> , garam, dan air.
Bahan baku hias	Stiker komposisi dan logo nomor pemesanan
Bahan Baku Pembantu	Sumpit dan wadah kertas

5.5 Tenaga Produksi

Pada awal-awal produksi, proses produksi Tako Tako Chan tidak memerlukan karyawan, karena dilakukan oleh pemiliknya sendiri. Mulai dari memasok bahan-bahan, proses pembuatan, hingga pemasaran. Pada tahun-tahun berikutnya, ada kemungkinan untuk merekrut karyawan. Jika usaha ini sukses dan maju dibidangnya, ada beberapa karyawan yang bisa direkrut untuk membantu dalam pelaksanaan proses produksi, kriteria karyawan yang dibutuhkan adalah giat, jujur, bertanggung jawab, ulet, disiplin, menarik dan dapat berkomunikasi dengan baik dalam bekerja.

5.6 Mesin Dan Peralatannya

Tako Tako Chan menyiapkan mesin dan peralatan untuk pemakaian empat tahun ke depan.

Tabel 4 Mesin Dan Peralatan

Mesin dan Peralatan	Fungsi
Kompas gas	Tempat untuk memasak Takoyaki
Cetakan Takoyaki	Sebagai wadah untuk proses pembuatan takoyaki
Gelas ukur	Sebagai wadah untuk adonan takoyaki
Pengaduk	Sebagai pengaduk dalam proses pembuatan
Sumpit bambu	Sebagai pembantu dalam proses pembuatan

6. Aspek Keuangan

6.1 Sumber Pendanaan

Modal merupakan dana yang dibutuhkan dalam memulai sebuah bisnis. Modal digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva dan operasi dalam bisnis. Modal awal Tako Tako Chan diperkirakan sebesar Rp 6.000.000,-. Modal tersebut didapatkan dari modal pribadi penulis/ pemilik usaha.

6.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

Untuk kebutuhan modal investasi usaha Tako Tako Chan memerlukan modal investasi yaitu sebesar Rp 2.160.000,- .

Tabel 5 Modal Investasi

Peralatan	Harga
Kompor dan tabung gas	Rp 800.000
Cetakan takoyaki	Rp 1.500.000
Gelas ukur	Rp 120.000
Pengaduk	Rp 65.000
Baskom	Rp 15.000
Pisau	Rp 50.000
Talenan	Rp 40.000
Meja dan kursi	Rp 300.000
Garpu	Rp 25.000
Booth	Rp 1.000.000
Spanduk	Rp 100.000
Alat tambahan lainnya	Rp 50.000
Total	Rp 4.065.000

Tabel 6 Peralatan Depresiasi Tako Tako Chan

Peralatan	Total	Harga(Rp)	Umur	depresiasi
Booth	2	1.000.000	5thn	200.000
Kompor	1	250.000	5thn	50.000
Meja dan kursi	1	300.000	5thn	60.000
Total				310.000

Tako Tako Chan menetapkan nilai ekonomis selama 5 tahun untuk masing –masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp 310.000,-

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan oleh Puvin Lava untuk mendukung kegiatan usaha adalah sebesar Rp 11.811.000.

Tabel 7 Kebutuhan Modal Kerja per Tahun

Nama	Jumlah	Harga(Rp)
Tepung terigu	30 @55.000	Rp 1.650.000
Kaldu ayam	30 @15.000	Rp 450.000
Telur	30 @25.000	Rp 750.000
<i>Baking powder</i>	30 @10.000	Rp 300.000
Garam	30 @1.000	Rp 30.000
Gurita	30 @30.000	Rp 900.000
Daun bawang	30 @15.000	Rp 450.000
Kol	30 @10.000	Rp 300.000
Mayones	30 @19.000	Rp 570.000
Saus takoyaki	30 @25.000	Rp 750.000
Tusuk gigi	30 @25.000	Rp 750.000
Kemasan/wadah	30 @30.000	Rp 900.000
Tabung Gas	4 @195.000	Rp 780.000
Listrik	1 @60.000	Rp 60.000
Biaya sewa	1 @450.000	Rp 450.000
Biaya air	1 @65.000	Rp 65.000
Promosi	1 @100.000	Rp 100.000
Bahan lain	30 @50.000	Rp 1.500.000
Total		Rp 10.755.000

Tabel 8 Biaya Perlengkapan Kantor Tako Tako Chan per tahun

Nama	Harga
Kertas Nota	Rp 650.000
Pena	Rp 20.000
Stample	Rp35.000
Kertas Menu	Rp30.000
Total	Rp 735.000

Diketahui bahwa kebutuhan peralatan kantor dari Tako Tako Chan adalah sebesar Rp. 72.000 pertahun.

Tabel 9 Biaya Operasional Tako Tako Chan per tahun

Nama	Harga(Rp)
Brosur	1.400.000
Listrik	3.600.000
Transportasi	1.500.000
Internet	1.500.000
Air	1.800.000
Jumlah	9.800.000

Biaya operasional Tako Tako Chan pertahun sebesar Rp 2.900.000.

Tabel 10 Biaya Gaji Leker Rainbow

Biaya Gaji	Jumlah per bulan(Rp)	Jumlah per tahun
Gaji pemilik	1.250.000	15.000.000
Gaji karyawan	1.000.000	12.000.000
Jumlah	2.250.000	27.000.000

Tako Tako Chan menggunakan 1 orang tenaga kerja yang diberi gaji perbulan sebesar Rp 1.000.000. dan biaya total gaji keseluruhan selama setahun adalah Rp 27.000.000.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting untuk untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. (Purwana, Hidayat 2016: 10).

Tabel 11 Analisis Kelayakan Bisnis

Keterangan	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
Pendapatan Penjualan	75.000.000	100.000.000	125.000.000
Modal Investasi	4.065.000	0	0
Biaya Tetap:			
Biaya Gaji Pemilik	15.000.000	17.000.000	18.500.000
Biaya Gaji Karyawan	12.000.000	13.000.000	14.000.000
Depresiasi	310.000	310.000	310.000
Total Biaya Tetap:	27.310.000	30.310.000	32.810.000
Biaya Variable			
Biaya Bahan Baku	10.755.000	11.550.000	12.100.000
Biaya Brosur	1.400.000	1.400.000	1.600.000
Biaya Listrik	3.600.000	3.850.000	4.000.000
Biaya Transportasi	1.500.000	1.650.000	1.800.000
Biaya Internet	1.500.000	1.700.000	1.900.000
Biaya Air	1.800.000	2.000.000	2.500.000
Biaya Perlengkapan Kantor	735.000	780.000	850.000
Total Biaya Variable	21.290.000	22.930.000	24.750.000
Total Biaya	48.600.000	53.240.000	57.560.000
Arus Kas Sebelum Pajak	26.400.000	46.760.000	67.440.000
Pajak (1%)	750.000	1.000.000	1.250.000
Arus Kas Bersih (EAT)	25.650.000	45.760.000	66.190.000
Depresiasi	310.000	310.000	310.000
Kas Bersih	25.960.000	46.070.000	66.500.000
Investasi	52.355.000	78.315.000	124.385.000
kas	78.315.000	124.385.000	190.885.000
Discount Factor (10%)	0,9090	0,8264	0,7513
PV Kas Bersih	23.597.640	38.072.248	49.961.450

a. *Payback Period*

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. Semakin kecil periode atas pengembaliannya, maka akan semakin cepat pula proses pengembalian suatu investasi dari usaha tersebut (Hidayat dan Purwana 2016, h.150).

$$PP = \frac{\text{jumlah investasi}}{\text{Arus kas bersih}} \times 12 \text{ bulan}$$

$$\text{Jumlah investasi} = \text{Rp } 52.355.000$$

$$\text{Arus kas tahun ke - 1} = \text{Rp } 23.597.000 - \frac{\text{Rp } 28.758.000}{\text{Rp } 28.758.000}$$

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

$$PP = \frac{2.7.0}{3.0.2} \times 12 \text{ bulan} = 9,064 \text{ atau } 9 \text{ bulan.}$$

Pada perhitungan di atas di dapatkan bahwa *payback period* pada Tako Tako Chan adalah selama 9 bulan.

b. Net Present Value

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (PV of proceed) dengan PV investasi (capital outlays) selama umur investas. Net Present Value (NPV) merupakan analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha.

$$NPV = \frac{K \ B \ t1}{(1+r)} + \frac{K \ B \ t2}{(1+r)^2} + \frac{K \ B \ t3}{(1+r)^3} - \text{Investasi}$$

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

$$= (23.597.640 + 38.072.248 + 49.961.450) - 52.355.000$$

$$= 111.631.338 - 52.355.000$$

$$= 59.276.338$$

Hasil NPV dari Tako Tako Chan sebesar Rp 59.276.338 yang mempunyai nilai positif. Maka investasi Tako Tako Chan layak atau dapat diterima.

c. Internal Rate of Return

Internal Rate Of Return (IRR) adalah analisis manfaat finansial yang memperhitungkan tingkat pengembalian bunga suatu investasi. Dimana pada IRR memperhitungkan tingkat suku bunga nilai sekarang investasi dibandingkan dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa mendatang (Hidayat dan Purwana 2016, h.133).

IRR sangat penting untuk mendapatkan imbal hasil saat jatuh tempo. Dari perhitungan IRR didapatkan hasil sebesar 53% yang ternyata nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai BI rate sebesar 6.5% sehingga usaha ini layak untuk dijalankan.

6.5 Analisis Keuntungan

Break Event Point

Break Event Point ditentukan berdasarkan titik impas atau titik pulang pokok (Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Tako Tako Chan menurut Hidayat Purwana, dalam buku Studi Kelayakan Bisnis:

BEP dalam Unit

BEP yang dinyatakan dalam jumlah penjualan produk di nilai tertentu:

$$BEP = \frac{T}{P-V}$$

$$BEP\ 2018 = \frac{4.6 .0}{1.0 -7} = 6.075\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2018 = \frac{4.6 .0}{1.0 -7} = 9.720\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2019 = \frac{5.2 .0}{1.0 -7.5} = 7.098\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2019 = \frac{5.2 .0}{1.0 -7.5} = 11.831\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2020 = \frac{5.5 .0}{1.0 -8.0} = 8.223\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2020 = \frac{5.5 .0}{1.0 -8.0} = 14.390\ \text{unit}$$

BEP dalam Rupiah

BEP yang dinyatakan dalam jumlah penjualan atau harga penjualan tertentu.

$$BEP = \left(1 - \frac{B\ t}{\frac{K}{h a} \quad \frac{m}{p} \quad \frac{u}{u}} \right)$$

***Dalam Rp**

$$\text{BEP 2018} = \frac{4.6.0}{1 - \left(\frac{7.0}{1.0}\right)} = 91.698.113,208$$

$$\text{BEP 2019} = \frac{5.2.0}{1 - \left(\frac{7.5}{1.0}\right)} = 106.480.000$$

$$\text{BEP 2020} = \frac{5.5.0}{1 - \left(\frac{8.0}{1.0}\right)} = 122.468.085,106$$

$$\text{BEP 2018} = \frac{4.6.0}{1 - \left(\frac{7.0}{1.0}\right)} = 116.546.762,59$$

$$\text{BEP 2019} = \frac{5.2.0}{1 - \left(\frac{7.5}{1.0}\right)} = 141.973.333,33$$

$$\text{BEP 2020} = \frac{5.5.0}{1 - \left(\frac{8.0}{1.0}\right)} = 172.852.852,85$$

6.6 Laporan Keuangan

a. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba / Rugi adalah laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu (Hidayat dan Purwana 2016, h.150).

Tabel 12 Laporan Laba Rugi Tako Tako Chan

	2018	2019	2020
Pendapatan	75.000.000	100.000.000	125.000.000
Biaya bahan baku	10.755.000	11.550.000	12.100.000
Biaya perlengkapan	735.000	780.000	850.000
Biaya lain-lain	20.555.000	22.150.000	23.900.000
Beban depresiasi	310.000	310.000	310.000

Total Biaya Operasi	48.600.000	53.240.000	57.560.000
Arus Kas Sebelum Pajak	26.400.000	46.760.000	67.440.000
Pajak (1%)	750.000	1.000.000	1.250.000
Arus Kas Bersih (EAT)	25.650.000	45.760.000	66.190.000

b. Laporan Perubahan Modal

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

Tabel 13 laporan perubahan modal (Rp)

	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Modal Awal	52.355.000	78.315.000	124.385.000
Laba Bersih	25.650.000	45.760.000	66.190.000
Modal Akhir	78.005.000	124.075.000	190.575.000

c. Neraca

Neraca merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Posisi keuangan yang dimaksud adalah posisi aktiva (harta) dan passiva (kewajiban dan ekuitas) suatu perusahaan (Hidayat dan Purwono, 2016:148)

Tabel 14 laporan kas Tako Tako Chan (Rp)

	2018	2019	2020
Kas Bersih	25.960.000	46.070.000	66.500.000
Investasi Awal	52.355.000	78.315.000	124.385.000
Kas	78.315.000	124.385.000	190.885.000

Tabel 15 Laporan Neraca Tako Tako Chan (Rp)

Aktiva	2018	2019	2020
Kas	78.315.000	124.385.000	190.885.000
Peralatan	4.065.000	3.750.000	3.445.000
Depresiasi	310.000	310.000	310.000
Nilai Bersih Peralatan	3.750.000	3.445.000	3.135.000
Perlengkapan	735.000	735.000	735.000
Total Aktiva	79.050.000	125.120.000	191.620.000
Passiva	0	0	0
Utang	0	0	0
Modal	78.005.000	124.075.000	190.575.000
Total Passiva	78.005.000	124.075.000	190.575.000

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, (2007), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007
- 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). *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.
- Sugiarto, Herlambang, tedy dkk. 2005. *Ekonomi Mikro sebuah karya komprehensif*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.