

# **SQUID SQUAD**

**(Perencanaan Pendirian Usaha Cumi Tepung Crispy)**

**Annisa Nabila Fauzi (8105161073)**

**Jurusan Pendidikan Ekonomi 2016, Fakultas Ekonomi,**

**Universitas Negri Jakarta**

Email: [Annisanabila69@gmail.com](mailto:Annisanabila69@gmail.com)

## **Abstrak**

*Squid Squad* (Cumi Tepung Crispy) merupakan bisnis kuliner makanan berupa cemilan kekinian dengan aneka varian rasa yang memproduksi olahan cumi dengan tampilan yang menarik serta rasa yang menggugah selera para konsumen. Nama *Squid Squad* ini diambil dari kata "*Squid*" berarti cumi dan "*Squad*" berarti perkumpulan jadi, diharapkan konsumen dapat berkumpul menikmati kelezatan cemilan ini. Aneka rasa yang kami sajikan menggunakan nama yang menarik agar dapat melekat dihati konsumen. Tersedia 5 varian rasa yaitu, Squid Hot (Balado), Squid Cornelius (Jagung), Squid Babehku (BBQ), Squid Ricis (Keju) dan Squid Nori (Rumput Laut). Promosi dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twiter, Line, Whatsapp dan BBM*. Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang dilihat dari aspek pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek produksi dan aspek keuangan, bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Cumi, Cemilan, Kuliner

## *Abstract*

*Squid Squad (Squid Crispy) is a culinary business in the form of snacks with a variety of taste variants that produce squid preparations with an attractive appearance and a sense that evokes the tastes of the consumer. Squid Squad name is taken from the word "Squid" means squid and "Squad" means association so, it is expected the consumer can gather to enjoy the delicacy of this snack. There are 5 flavor variants, Squid Hot (Balado), Cornelius Squid (Corn), Squid Babehku (BBQ), Squid Ricis (Cheese) and Squid Nori (Seaweed). Promotions are made through social media such as Instagram, Facebook, Twiter, Line, Whatsapp and BBM. Based on business feasibility analysis seen from marketing aspect, organizational aspect and management, production aspect and financial aspect, this business is feasible to run.*

*Keywords: Calamari, Snacks, Culinary*

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang berdirinya usaha**

Bisnis adalah usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya. Bisnis kuliner memang tak ada habisnya, dari sekedar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis.

Indonesia menyimpan potensi sumberdaya kelautan yang berlimpah, baik potensi hayati maupun non-hayati yang dapat dimanfaatkan oleh manusia sebagai usaha. Wilayah perairan Indonesia yang meliputi dua pertiga bagiannya berpotensi dalam memajukan peluang usaha pada sektor perikanan khususnya sebagai sumber pangan dan komoditas perdagangan (Sinar Tani, 2006).

Cumi-cumi atau dalam bahasa latin *Loligo sp.* merupakan sumber makanan yang bergizi tinggi. Kandungan protein cumi-cumi sekitar 67%, selain itu terdapat asam amino esensial dan non-esensial serta mengandung unsur-unsur mineral makro dan mikro serta berbagai kandungan nutrisi lain yang sangat dibutuhkan oleh tubuh (Astawan, 2009).

Dengan memproduksi cemilan yang lezat juga bergizi dengan harga terjangkau diharapkan cumi crispy ini dapat menjadi makanan yang tidak kalah eksistensi dengan cemilan-cemilan kekinian yang cukup populer dan dapat menjadi *ikon* makanan yang bisa dinikmati oleh masyarakat dengan berbagai teknik penyajian. Melihat potensi tersebut, memungkinkan untuk mengembangkan usaha sederhana ini menjadi besar. Dalam pembuatan cumi crispy ini semuanya di buat dengan bahan yang halal dan aman di konsumsi. Kecuali bagi konsumen yang mempunyai penyakit khusus seperti alergi terhadap seafood.

Penulis memilih usaha ini dikarenakan popularitas untuk mengonsumsi seafood ini sudah sangat kurang sementara seperti yang kita ketahui makanan laut mempunyai banyak gizi dalam kandungannya, juga dikarenakan cumi hanya dikelola hanya dengan dimasak dan digoreng seperti biasa saja yang membuat masyarakat bosan dan tidak tertarik mengonsumsinya. Maka dari itu penulis berinovasi membuat hal yang baru dengan cara membuat cumi crispy dengan ditambah sajian topping yang menggugah selera. Dengan ini masyarakat akan tertarik untuk mengonsumsi makanan laut (cumi) yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan.

## **1.2 Visi, Misi, dan Tujuan**

### **a. Visi**

Mengembangkan dan memperluas usaha cemilan dari makanan laut yaitu cumi “Squid Squad” dengan sebaik mungkin, mengubah skema masyarakat bahwa seafood adalah makanan yang lezat dan bergizi tinggi serta menjadikan cemilan ini sebagai ikon yang memiliki ciri khas tersendiri dan dapat dinikmati oleh semua kalangan.

### **b. Misi**

- Mencari keuntungan dari modal kecil
- Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan
- Melakukan promosi produk melalui media sosial
- Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita rasa
- Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.
- Mengutamakan kebersihan dan kesehatan sehingga aman dan sehat untuk di konsumsi

### c. Tujuan Usaha

- Mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi
- Memberdayakan semangat dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat dan mahasiswa yang mampu diandalkan dalam berwirausaha
- Dapat membantu para nelayan untuk mencari cumi (sebagai bahan dasar)
- Memasarkan produk hasil olahan kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen
- Mengubah skema masyarakat bahwa makanan laut (seafood) adalah makanan lezat dengan kandungan gizi yang tinggi dan mempunyai cita rasa yang menarik
- Menciptakan lapangan pekerjaan

## 2. GAMBARAN USAHA

*Squid Squad* merupakan usaha home industry yang berlokasi di Jalan Pancawarga III RT 10/ RW 05 No 8. Kelurahan Cipinang Besar Selatan, Kecamatan Jatinegara Jakarta Timur. Penjualan produk ini menggunakan *booth* di depan rumah dan membuka *booth* di BKT Cipinang Indah. Target pasar dari usaha ini adalah segala usia mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, juga khususnya para remaja yang lebih ingin untuk membeli produk yang tidak pasaran dan sedang tren di zamannya. Pemilihan lokasi ini karena dekat dengan target pasar, yaitu BKT. Pemasaran dan promosi agar produk dapat dikenal oleh konsumen yaitu dengan media *online* dan *offline* dan brosur guna untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini.

Keunikan dan keunggulan usaha ini yaitu menggunakan cumi kupas segar pilihan untuk menghasilkan rasa yang lezat, dan juga bumbu tepung crispy premium sehingga cumi terasa renyah, gurih dan garing. Tidak hanya itu, *Squid Squad* juga menambahkan topping pilihan dengan beberapa varian rasa

bumbu yang ditaburi diatas cumi crispy yang sudah matang. Aneka rasa yang kami sajikan menggunakan nama yang menarik agar dapat melekat dihati konsumen. Tersedia 5 varian rasa yaitu, Squid Hot (Balado), Squid Cornelius (Jagung), Squid Babehku (BBQ), Squid Ricis (Keju) dan Squid Nori (Rumput Laut).

### **3. ASPEK PEMASARAN**

#### **3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning**

##### **A. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar adalah sebagai proses mengelompokan 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).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.

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, Squid Squad saat ini terlebih dahulu fokus diwilayah kota Jakarta Timur, yaitu Kelurahan Cipinang Besar Selatan dan Banjir Kanal Timur (BKT) Cipinang Indah.

##### 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. Segmentasi demografis Squid Squad menuju laki-laki maupun perempuan segala usia baik pada anak-anak, remaja hingga dewasa, mereka yang bersekolah hingga bekerja serta dapat dinikmati dikalangan bawah, menengah dan atas.

d) Segmentasi Perilaku

Segmentasi berdasarkan perilaku yaitu skema atau cara pandang masyarakat tentang suatu usaha yang dijalani, pada usaha Squid Squad ini masyarakat akan merespon baik karena bahan baku dari Squid Squad adalah makan sehat yang kaya akan kandungan gizi dan tentunya lezat.

## **B. Target Pasar**

Target Pasar yaitu menentukan beberapa segmen yang layak karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi kearifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani (Purwana & Hidayat, 2016).

Usaha Squid Squad ini menargetkan laki-laki maupun perempuan segala usia baik pada anak-anak, remaja hingga dewasa, mereka yang bersekolah hingga bekerja serta dapat dinikmati dikalangan bawah, menengah dan atas.

## **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).

Positioning dari Squid Squad adalah menjadikan makanan *cemilan* berasal dari seafood (cumi) yang dibentuk dengan teknik penyajian sedemikian rupa

sehingga menjadi cemilan yang unik dengan berbagai varian topping rasa dan harga yang pas di kantong.

### **3.2 Perkiraan permintaan dan penawaran**

#### **a. Perkiraan Permintaan Terhadap Produk**

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. (Rahardja dan Manurung, 2010:20). 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

#### **b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk**

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. (Rahardja dan Manurung 2010:28). Penawaran adalah kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu.

Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis

### **3.3 Strategi Pemasaran Perusahaan 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.

#### **3.4.1 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 ini tidak hanya sekedar menggunakan cumi yang digoreng biasa, tapi terdapat teknik penyajian tertentu dengan menggunakan tepung bumbu sehingga tekstur cumi menjadi lebih crispy dan juga dengan menambah pilihan topping dengan 5 rasa.



Produk Squid Squad ini dibuat dengan bahan baku cumi kupas segar pilihan yang bersih serta berkualitas tinggi, dan juga tepung bumbu crispy premium sehingga dapat menjadikan cumi menjadi lebih renyah dan gurih, tidak lupa dengan tambahan topping dengan beraneka rasa kami sajikan menggunakan nama yang menarik agar dapat melekat dihati konsumen. Tersedia 5 varian rasa yaitu, Squid Hot (Balado), Squid Cornelius (Jagung), Squid Babehku (BBQ), Squid Ricis (Keju) dan Squid Nori (Rumput Laut).





Adapun pengemasan yang digunakan yaitu dengan *box food pail* (*box bento*) berukuran dengan dimensi atas 10,5 cm x 8,5 cm dan dimensi bawah 6,5 cm x 8 cm, serta volume 510ml. Alasan kami menggunakan food bento ini agar makanan tetap steril dan tersusun rapih didalam box, dan juga lebih praktis untuk dinikmati baik dalam keadaan *dine-in* atau *take away*.

### 3.4.2 Harga

Harga adalah sejumlah uang yang disertakan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Purwana & Hidayat, 2016). Harga produk kami relatif terjangkau, kami jual dengan harga yang relatif murah yaitu Rp 8.000,-

Tabel Harga Jual Squid Squad



### 3.4.3 Promosi

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Promosi dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan (Purwana dan Hidayat, 2016:93). Berikut ini contoh promosi yang akan Squid Squad lakukan demi meningkatkan penjualan yaitu :

**a. Periklanan (*Advertising*)**

Bentuk promosi yang dilakukan *Squid Squad* dengan cara memberikan brosur di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, dan juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line sebagai media promosi.

**b. Hubungan Masyarakat**

Bentuk promosi *public relation* yang digunakan *Squid Squad* 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, mengunggah foto-foto yang menarik dan juga memasukan tanggapan/testimoni konsumen mengenai citarasa *Squid Squad* ini di media *offline* maupun *online* (seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen

**c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)**

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

**d. Promosi Penjualan**

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha *Squid Squad* 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.

**3.4.4 Placement**

Pemilihan lokasi dari *Squid Squad* adalah di daerah sekitar kompleks dan jalan raya Banjir Kanal Timur (BKT) Jakarta Timur. Karena daerah tersebut merupakan kompleks strategis yang dikelilingi oleh sekolah, kampus dan juga terdapat industri kecil di dalamnya.

### 3.5 Analisis SWOT

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 usaha *Squid Squad* ini.

#### a. Kekuatan (*Strength*)

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).

- Kualitas *Squid Squad* memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan yang fresh, premium dan berkualitas tinggi dan cara penyajian yang higienis
- Bentuk *Squid Squad* memiliki bentuk cumi yang menarik, lebih besar dan disajikan dengan tekstur crispy yang di atasnya ditaburi dengan topping atau aneka rasa tertentu.
- Desain produk trendy dan pengemasan yang baik untuk digunakan yaitu dengan *box food pail (box bento)*. Food bento ini menjaga agar makanan tetap steril dan tersusun rapih didalam box, dan juga lebih praktis untuk dinikmati baik dalam keadaan *dine-in* atau *take away*.
- Memiliki lokasi yang strategis dan berdekatan dengan Sekolah, Komplek, dan Jalan Raya
- Harga Leker Rainbow terjangkau sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan.

#### b. Kelemahan (*Weakness*)

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

- Pengolahan dengan cara yang masih terbilang tradisional

- Bahan baku tidak dapat bertahan lama, karena tidak menggunakan bahan pengawet
- Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
- Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

**c. Peluang (*Opportunities*)**

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

- Kondisi masyarakat yang semakin konsumtif terhadap makanan ringan sehingga mempercepat penjualan
- Permintaan masyarakat akan makanan ringan atau cemilan yang sehat
- Semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini
- Sistem pemasaran yang cukup mudah. Penulis akan memasarkannya dilingkungan keramaian dan jalan raya

**d. Ancaman (*threats*)**

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).

- Produk yang dapat ditiru dengan mudah
- Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen.
- Harga bahan baku yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan kenaikan harga pisco yang mungkin dapat mengurangi pembeli.

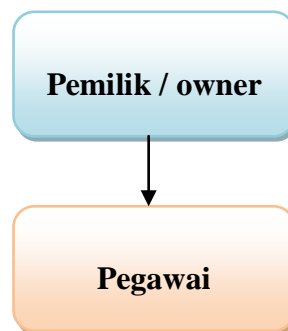
## **4. ASPEK ORGANISASI DAMANAJEMEN**

### **4.1. Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

1. Nama Usaha : Squid Squad

2. Jenis Usaha : Makanan Ringan
3. Bentuk Usaha : Perseorangan
4. Alamat Usaha : Jalan Basuki Rahmat, BKT, Cipinang Besar Selatan,  
Jatinegara, Jakarta timur
5. Nama Pemilik : Annisa Nabila Fauzi
6. Status Pemilik : Pemilik Usaha
7. No tlp : 087775528832
8. Email : [Annisanabila69@gmail.com](mailto:Annisanabila69@gmail.com)

- Struktur Organisasi



#### 4.2 Perizinan

Perizinan merupakan hal yang sangat penting dan harus diutamakan, karena dengan izin usaha dapat berdiri dan dapat diakui keberadaannya dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

Usaha ini termasuk usaha rumah tangga maka izin usaha yang dilakukan adalah melalui rukun tangga setempat dan apabila berkembang dan maju maka usaha ini akan membuka sebuah gerai yang memerlukan izin usaha. Dalam membuat izin usaha untuk membuka suatu usaha perizinan yang dibutuhkan hanya surat izin tempat usaha (SITU) dan surat izin usaha perdagangan (SIUP).

#### 4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, maka diperlukan riset dan survei pasar yang dilakukan untuk melihat sebuah peluang, kebutuhan, dan keinginan konsumen. Kegiatan praoperasional adalah kegiatan yang dilakukan sebelum

jalanya sebuah usaha. Penulis melakukan survey, melakukan perizinan usaha, perencanaan produk, persiapan bahan baku, perlengkapan dan peralatan, perencanaan promosi dan melihat seberapa besar modal yang akan dikeluarkan untuk membuka usaha. Jadwal pelaksanaan disusun dari survey sampai dengan melakukan promosi, setelah itu akan dilakukan proses pembukaan usaha

#### 4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

##### a. Inventaris Kantor

Tabel Inventaris kantor *Squid Squad*

Uraian	Jumlah
Gunting	3
Kalkulator	2
Straples	3
Stampel	1

##### b. Supply Kantor

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

Tabel Supply Kantor *Squid Squad*

Perlengkapan	Uraian
Pena	2 kotak
Buku nota	2 Lusin
Buku Kas	1 buah
Brosur	100 buah
Logo	100 buah
Solatip	3 buah

## 5. ASPEK PRODUKSI

### 5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh *Squid Squad* yaitu berada di jalan Basuki Rahmat (Banjir Kanal Timur) ,Cipinang Indah, Jakarta Timur. Pemilihan lokasi ini karena jalan tersebut merupakan lokasi yang strategis dan mudah

dikunjungi oleh para konsumen, dan lokasi berdekatan dengan jalan raya, sekolahan SD-SMA, kampus Trisakti dan yang pasti berada ditempat keramaian.

## 5.2 Rencana Tata Layout (Layout)

*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 Bahan Baku

### a. Bahan Baku

- 750 gram cumi ukuran sedang
- 1 sdm air jeruk jeruk nipis
- Minyak goreng secukupnya
- 50 gram tepung maizena
- 100 gram tepung terigu
- 2 siung bawang putih. Haluskan
- 1 butir telur ayam. Kocok lepas
- 1/2 sdt garam
- 1/2 sdt merica bubuk

#### 5.4 Proses Produksi

1. Bersihkan cumi, buang bagian kepala dan tintanya. Bersihkan kulitnya sampai putih. Cuci bersih
2. Potong cumi berbentuk cincin
3. Lumuri cumi dengan air jeruk nipis dan diamkan selama  $\pm$  20 menit
4. Campurkan semua bahan tepung bumbu (kecuali telur)
5. Celupkan potongan cumi ke dalam telur lalu gulingkan ke tepung bumbu. Ulangi sampai semua cumi habis
6. Goreng cumi dalam minyak panas sampai terendam
7. Tunggu sampai warnanya berubah menjadi kuning keemasan
8. Angkat lalu tiriskan
9. Siap untuk disajikan

#### 5.5 Peralatan

No	Peralatan
1	Gerobak / etalase
2	Pisau
3	Wadah
4	Panci
5	Wajan
6	Spatula
7	Kompore dan tabung gas
8	Piring
9	Loyang
10	Meja dan kursi
11	Serbet
12	Peralatan Tambahan lain



## 5.6 Tenaga Kerja

Usaha yang akan kami rilis ini akan dimulai dengan memiliki 1 orang tenaga produksi yang masing masing bertugas untuk melayani pelanggan dan memasak sekaligus dikarenakan untuk memasak leker cukup mudah dan owner sendiri akan bertugas mengontrol, mengawasi, dan melengkapi pekerjaan dari pegawainya agar dapat tercipta pengendalian yang sesuai dalam usaha yang akan kami rilis ini. Berikut ini merupakan kriteria yang harus dipenuhi calon karyawan Leker Rainbow

1. Usia 17-35 tahun.
2. Giat, jujur, disiplin dan bertanggung jawab dalam bekerja.
3. Komunikatif

## 5.7 Tanah, Gedung dan Perlengkapan

Kegiatan usaha dan proses produksi *Squid Squad* dilakukan di tempat yang tidak memerlukan biaya sewa yaitu di jalan Basuki Rahmat Jakarta Timur. Tempat ini strategis karena berdekatan dengan sekolah, kampus dan jalan raya agar memudahkan distribusi penjualan ke konsumen yang lebih menargetkan ke semua kalangan usia.

## 6. ASPEK KEUANGAN

### 6.1 Sumber Pendanaan

Modal yang diperlukan Squid Squad bersumber dari pinjaman orangtua yaitu sebesar Rp. 50.000.000 dan modal dari pemilik sebesar Rp. 20.000.000. Sehingga total modal mencapai Rp. 70.000.000.

### 6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

**Tabel Kebutuhan Modal Investasi Squid Squad**

Peralatan	Harga
Etalase/gerobak	Rp. 2,121,600
Pisau	Rp. 37,600
Wadah	Rp. 71,400
Panci	Rp. 85,100

Wajan	Rp. 114,900
Spatula	Rp. 81,800
Kompore dan tabung gas	Rp. 255,900
Piring	Rp. 66,700
Loyang	Rp. 47,500
Meja dan kursi	Rp. 141,800
Serbet	Rp. 16,000
Peralatan tambahan lain	Rp. 59,700
<b>Jumlah Investasi</b>	<b>Rp. 3,100,000</b>

Kebutuhan sumber daya modal investasi Squid Squad meliputi peralatan yang menunjang proses produksi dan penjualan dengan modal Rp. Rp. 3.100.000,-

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

**Tabel Biaya Peralatan Kantor Squid Squad Per Tahun**

Uraian	Unit	Harga	Jumlah
<b>Pena</b>	24 Pcs	Rp. 3000,-	Rp. 72.000,-
<b>Buku Notes</b>	12 Pcs	Rp. 5000,-	Rp. 60.000,-
<b>Buku Kas</b>	2 Pcs	Rp. 25.500,-	Rp. 51.000,-
<b>Brosur</b>	100 pcs	Rp. 2000,-	Rp. 200.000,-
<b>Logo</b>	100 pcs	Rp. 3000,-	Rp. 300.000,-
<b>Solatip</b>	5 Pcs	Rp. 4000,-	Rp. 12.000,-
<b>Total biaya / Tahun</b>			<b>Rp. 703.000,-</b>

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Squid Squad sebesar Rp 703.000,-.

**Tabel Kebutuhan Modal Kerja Squid Squad tahun 2018**

Uraian	Harga
25 Kg Cumi Kupas segar	Rp.1.250.000
12 buah Jeruk Nipis	Rp. 5.000
15 Liter Minyak Goreng	Rp. 300.000,-
6 kg Tepung Bumbu Crispy	Rp. 180.000,-
1kg Bawang Putih	Rp. 25.000,-

1kg Bawah Merah	Rp. 30.000,-
8 kg Telur Ayam	Rp. 168.000,-
3 Bungkus Garam	Rp. 15.000,-
3 bungkus merica bubuk	Rp. 15.000,-
5 kg Rasa Bubuk Premium	Rp. 250.000,-
Total Jumlah/ Bulan	Rp. 2.238.000,-
Total Jumlah/ Tahun	Rp. 26.856.000,-

**Tabel Biaya Gaji Squid Squad**

<b>Biaya Gaji</b>	<b>Jumlah Per Bulan (Rp)</b>	<b>Jumlah Per Tahun (Rp)</b>
Gaji Karyawan	1.200.000	14.400.000,-
<b>Total</b>	<b>1.200.000</b>	<b>14.400.000</b>

Squid Squad menggunakan 1 orang tenaga kerja yang diberi gaji perbulan sebesar Rp. 1.200.000. dan biaya total gaji keseluruhan selama setahun adalah Rp. 14.400.000.

**Tabel Biaya Operasioanal Squid Squad**

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah (Rp) per Bulan</b>	<b>Jumlah (Rp) per Tahun</b>
Biaya Listrik dirumah	300.000	3.600.000
Produksi		
Biaya Air dirumah	150.000	1.800.000
Produksi		
Gas	100.000	1.200.000
Biaya Transportasi	19.000	76.000
Biaya Packaging Box Bento	800.000	9.600.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.369.000,-</b>	<b>16.276.000</b>

Biaya operasional *Squid Squad* sebulan adalah sebesar Rp. **1369.000,-** dan dalam setahun adalah sebesar Rp. **16.276.000**

#### 6.4 Analisis Kelayakan Usaha

**Tabel Estimasi Aliran Kas *Squid Squad* per Tahun**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2018 (Rp)</b>	<b>Tahun 2019 (Rp)</b>	<b>Tahun 2020 (Rp)</b>
<b>Pendapatan</b>			
<b>Penjualan</b>	86.400.000	95.040.000	104.544.000
Modal Investasi	3.100.000	0	0
<b>Biaya Tetap</b>			
Biaya Gaji Karyawan	14.400.000	14.600.000	14.800.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>14.400.000</b>	<b>14.600.000</b>	<b>14.800.000</b>
<b>Biaya Variabel</b>			
Biaya Bahan Baku	26.856.000,-	27.661.000,	28.490.000,
Biaya Listrik	3.600.000	3.800.000	3.900.000
Biaya Air	1.800.000	1.900.000	2.000.000
Biaya Brosur	200.000	210.000	220.000
Biaya Perlengkapan Kantor	703.000	710.000	712.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>33.159.000</b>	<b>34.281.000</b>	<b>35.332.000</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>47.559.000</b>	<b>48.881.000</b>	<b>50.132.000</b>
Arus Kas Sebelum Pajak	38.841.000	46.159.000	54.412.000
Pajak (1%)	388.410	461.590	544.120
Arus Kas Bersih Setelah Pajak (EAT)	38.452.590	45.697.410	53.867.880
Kas Bersih	38.452.590	45.697.410	53.867.880

Investasi	70.000.000	108.452.590	154.150.000
Kas	108.452.590	154.150.000	208.017.880
Discount Factor (10%)	0.9090	0.8264	0.7513
<b>PV Kas Bersih</b>	<b>34.953.404</b>	<b>37.764.339</b>	<b>40.470.938</b>

#### 6.4.1 Payback Period

*Payback periode* adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif samadengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. (Purwana, Hidayat 2016, h.132)

Adapun kriteria penghitungan payback periode adalah semakin kecil periode waktu pengembaliannya semakin cepat proses pengembalian suatu investasi. (Purwana, Hidayat 2016, h.150).

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Arus kas}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\begin{array}{r} \text{Jumlah i} \dots\dots\dots \\ \text{Arus Kas Tahun ke 1} \quad = \text{Rp. 34.953.404} \\ \hline \text{Rp. 35.046.596} \end{array}$$

Karena sisa kas tidak dapat dibagi lagi dengan kas bersih tahun ke-2, maka sisa dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan kas bersih tahun ke-2 yaitu sebagai berikut:

$$\text{Pp} = \frac{\text{Rp. 35.046.596} \times 12}{\text{Rp. 37.764.339}} = 11 \text{ bulan}$$

Jadi kesimpulan yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas bahwa Payback Periode (PP) Squid Squad dapat diterima dan pengembalian investasi berkisar 1 tahun 11 bulan

#### 6.4.2 Net Present Value

*Net Present Value* adalah analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. Analisis ini dapat dilihat dengan menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang. (Purwana, Hidayat 2016, h.133) Formula yang digunakan untuk menghitung Net Present Value :

- NPV = (PV Kas bersih + PV Kas Bersih 2 + PV Kas Bersih 3) – In
- NPV  
(34.953.404+ 37.764.339+ 40.470.938) – 70.000.000 =  
Rp.43.188.678

Hasil NPV dari Leker Rainbow sebesar Rp. 172.679.520 dan mempunyai nilai positif sehingga investasi Squid Squad **layak atau dapat diterima.**

#### 6.5 Analisis Keuntungan

*Break Even Point* (BEP) adalah harga ditentukan berdasarkan titik impas ( Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Squid Squad menurut Hidayat Purwana, Buku Studi Kelayakan Bisnis:

- **BEP dalam Unit**

Total biaya produksi dalam 1 kali produksi : produksi

a. Tahun 2018

$$47.559.000 : 10.950 = 4.343 \text{ Unit}$$

b. Tahun 2019

$$48.881.000 : 12.045 = 4.052 \text{ Unit}$$

c. Tahun 2020

$$50.132.000 : 12.775 = 3.924 \text{ Unit}$$

- **BEP dalam Rupiah**

Total biaya produksi dalam 1 kali produksi : harga

a. Tahun 2018

$$47.559.000 : 8.000 = \text{Rp. } 5.994$$

b. Tahun 2019

$$48.881.000 : 9.000 = \text{Rp } 5.431$$

c. Tahun 2020

$$50.132.000 : 10.000 = \text{Rp } 5.013$$

## DAFTAR PUSTAKA

- Rahardja, Prathama dan Manurung, Mandala. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- 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, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Warren, Carl S., dkk. (2015). *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- 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.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Madura, Jeff. 2007. *Introduction To Bussiness*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Warsono. (2001). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Tiga. Cetakan Pertama. Jilid Satu. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset