

MIE AYAM JAMUR KATA CINTA
(Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Mie Ayam Dengan Tampilan dan Nama yang Lebih Unik)

Eli Suwarni

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta

Email: elisuwarni235@gmail.com

Abstrak

Mie Ayam Jamur Kata Cinta adalah sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual mie ayam khas tetapi dengan nama dan tampilan yang lebih unik. Mie Ayam Jamur Kata Cinta merupakan bisnis rumahan yang berlokasi (tempat pembuatan) di Jalan WR. Supratman No.8, Jakarta Selatan. Bisnis ini menggunakan paduan mie, ayam, jamur, bakso, sayur sawi, kuah dan quotes kata-kata cinta sebagai tambahan tampilan yang unik. Mie Ayam Kata Cinta dilakukan melalui instagram, BBM, Whatsapp, Line dan Poster sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali (*Payback Period*) pada saat usaha berjalan 1 tahun 11 bulan.

Kata Kunci :Mie Ayam Jamur Kata Cinta, Mie Ayam unik.

Abstract

Mie Ayam Kata Cinta is a culinary business that produces and sells typical noodle chicken but with the name and the look more unique. Mie Ayam Kata Cinta is a home-based business located on the Street WR Supratman No.8, South Jakarta. This business of using a blend of noodles, Chicken, mushroome, meatballs, mustard greens, broth and word love as the stuffing of chicken noodle. Mie Ayam Kata Cinta promotion is done via instagram, BBM, Whatsapp and posters as advertising media. Based on the results of the analysis, the business is eligible to run.

Key word : Mie Ayam Jamur Kata Cinta, Mie Ayam Unique.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner memang tak ada habisnya, dari sekedar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik. Perkembangan kuliner di Indonesia diwarnai oleh tiga fase yaitu *original food*, *multicultural food*, dan kuliner kontemporer yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Ada yang masih asli namun seiring perkembangan, masakan tradisional mengalami perubahan dan penyesuaian baik dari penampilan, komposisi, memasaknya, cara hidang bahkan cara menyantapnya (Yuyun Alamsyah, 2008:6). Makanan tradisional atau biasa pun dapat dikreasikan menjadi makanan yang mempunyai cita rasa dan nilai jual yang tinggi. Salah satunya adalah Mie Ayam.

Mie Ayam Jamur Kata Cinta merupakan bisnis yang lahir dari sebuah ide inovasi terhadap produk makanan yang populer dan sudah menjamur dimana-mana sejak dulu. Selain itu, bisnis Mie Ayam ini sangat mudah di jumpai di seluruh daerah khususnya daerah Jakarta seperti bisnis kaki lima, sekolah/kampus, cafe, maupun restoran. Salah satu nama gerai Mie Ayam di Jakarta yang sudah berkembang adalah “Mie Ayam Jamur” ia membuat inovasi mie dengan hidangan jamur di atasnya. Nama Mie Ayam Jamur Kata Cinta terinspirasi dari quotes-quotes cinta yang sedang *trend* di daerah Jakarta dan sekitarnya. Mie Ayam ini dibuat menyerupai mie ayam jamur pada umumnya dan ada tambahan quotes di atasnya. Isi mie ayam terdiri dari berbagai paduan mie, ayam, bakso, jamur, sawi hijau, kuah dan saus. Untuk kemasan, pempek dikemas menggunakan piring dan mangkuk. Adapun untuk kuah akan dikemas menggunakan mangkuk plastik mini. Target pasar Pempek Beranak yaitu masyarakat bawah sampai masyarakat atas. Mie Ayam Jamur Kata Cinta memiliki *positioning* yaitu memberikan pengalaman cita rasa jamur pada konsumen.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Menjadi salah satu alternatif makanan cepat saji yang paling digemari oleh masyarakat.

b. Misi

- 1) Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap mie ayam.
- 2) Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk Mie Ayam Jamur Kata Cinta.
- 3) Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.

c. Tujuan Usaha

Dengan terus melakukan inovasi yang baik secara berkelanjutan, diharapkan Mie Ayam Jamur Kata Cinta dapat menjadi salah satu bangkitnya industri kreatif kuliner di Kota Jakarta, Khususnya Jakarta Selatan. Dengan demikian, sebagai pecinta mie ayam akan mengalami pengalaman baru dalam menikmati mie ayam jamur yang satu ini.

2. GAMBARAN USAHA

Pempek Beranak merupakan usaha industri rumahan yang berlokasi di Jalan WR Supratman No.8 Jakarta Selatan. Penjualan produk Mie Ayam kata cinta menggunakan *mobile shop*, pemasaran dan promosi yang digunakan oleh usaha Mie Ayam Jamur Kata Cinta yaitu media online dan offline untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini. Keunikan dan keunggulan usaha Pempek Beranak ini yaitu pempek ini memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang sedikit lebih besar dibanding mie ayam pada umumnya.

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). Mie Ayam Jamur Kata Cinta mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut :

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : Mie Ayam Jamur memilih segmentasi usia 7 tahun ke atas.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : atas, menengah dan menengah ke bawah.

b. Target Pasar

Target Pasar atau Pasar Sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012:162). Mie Ayam Jamur Kata Cinta memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat penggemar makanan mie ayam yang berada pada kelas ekonomi bawah sampai ekonomi 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). Inovasi yang kami lakukan adalah pada cita rasa yang berbeda dari mie ayam yang sudah pernah ada. Pada Mie Ayam Jamur Kata Cinta isinya terdiri atas rasa original, saus putih, pedas aja, dan pedas gila. Mie Ayam Jamur Kata Cinta sangat cocok bagi mereka yang menginginkan sebuah makanan yang cepat, enak, mudah, mengenyangkan saat menyantapnya dan juga sehat.

3.2. Perkiraan permintaan dan penawaran

a. Perkiraan Permintaan Terhadap Produk

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

- Tabel 1. Proyeksi permintaan

Permintaan	Perkiraan Permintaan Perhari (porsi)	Perkiraan Permintaan Perbulan (porsi)	Perkiraan Permintaan Pertahun (porsi)
Baik	35	770	9240
Sedang	25	550	6.600
Buruk	10	220	2.640

b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk

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

- Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis di sekitar Jalan WR. Supratman No. 8

Nama perusahaan pesaing	Kapasitas produk/ Tahun (porsi)
Mie Ayam "Pelangi"	9.504
Mie Ayam "Pak De"	6.864
Total	16.368
Rata – Rata	8.184

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

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

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

3.3. Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing

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

3.3.1. Product (produk)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274). Produk yang kami jual berupa Mie Ayam Jamur Kata Cinta, Bakso Malang. Mie Ayam Jamur Kata Cinta dibuat dengan menggunakan bahan-bahan dan isian yang berkualitas serta pilihan. Untuk kemasan, mie ayam dikemas menggunakan piring dan mangkuk. Adapun untuk kuah akan dikemas menggunakan mangkuk plastik mini. Kemasan cup (mangkuk dan piring) sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

3.3.2. Place (tempat)

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

Tempat produksi dirumah pribadi yang beralamat di Jl WR. Supratman No. 8, Jakarta Selatan. Adapun lokasi penjualan Mie ayam Jamur Kata Cinta akan berjualan di tempat-tempat keramaian. Dengan konsep *mobile shop* akan memungkinkan Pempek Beranak untuk menjangkau setiap tempat keramaian tersebut dibandingkan dengan konsep *stay shop*.

3.3.3. Price (harga)

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

Dari beberapa pendekatan harga yang ada. Mie Ayam Jamur Kata Cinta memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Pempek Beranak memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar **Rp 15.000,-** per porsi.

3.3.4. Promotion (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219). Strategi promosi dapat dilakukan melalui lima bentuk promosi yang paling dikenal yaitu periklanan, hubungan masyarakat, personal selling, promosi penjualan, dan penyaluran.

a. Periklanan (*Advertising*)

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

b. Hubungan Masyarakat

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

memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Mie Ayam Jamur Kata Cinta yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga teman dan masyarakat disekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

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

e. Penyaluran

Lokasi bisnis Mie Ayam Jamur Kata Cinta ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti kantin-kantin di kampus atau sekolah, taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Jakarta terutama di daerah Jakarta Selatan.

Analisis Strategi

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

a. Strength (Kekuatan)

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

3.1 Kualitas

Mie Ayam Jamur Kata Cinta memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.

3.2 Ukuran

Mie Ayam Jamur Kata Cinta memiliki ukuran tampilan yang lebih unik dan menarik yaitu ada quotes di atas sajian mie ayamnya dibandingkan mie ayam biasa.

3.3 Desain Kemasan

Mie Ayam Jamur Kata Cinta akan dibungkus dengan pembungkus mangkuk dan piring cup seperti pembungkus mie cepat saji. Adapun untuk wadah kuah dan minuman akan dikemas menggunakan mangkuk plastik mini dan gelas besar.

b. Weakness (Kelemahan)

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

- 1) Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
- 2) Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
- 3) Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

c. Opportunities (Peluang)

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

- 1) Kondisi ekonomi makro Indonesia yang mulai membaik.
- 2) Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai mie ayam dari lapisan perkotaan hingga masyarakat pinggiran Jakarta.
- 3) Meskipun permintaan masyarakat terhadap mie ayam fluktuatif, pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap mie ayam sangat tinggi, misalnya untuk keperluan hajatan, hari-hari besar dan sebagainya.

d. Threats (Ancaman)

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

- 1) Ancaman kami adalah adanya pesaing yang menjual mie ayam di kelas lain. Cara kami mengatasinya yaitu dengan membuat bentuk yang lebih besar, tetapi tidak mengalami kerugian dan lebih giat lagi melakukan penjualan, serta melakukan modifikasi isi.
- 2) Pesaing yang meniru konsep penjualan serta konsep produk.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Mie Ayam Jamur Kata Cinta
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Selatan
- d. Nama Pemilik : Eli suwarni
- e. Alamat : Jalan WR. Supratman No.8, Jakarta Selatan
- f. Status pemilik di Usaha: Pemilik Usaha
- g. E-mail : mieayamjamur.katacinta@gmail.com
- h. No. Telp : 0812 1243 6613

4.2. Perijinan

Untuk perizinan usaha, Mie Ayam Jamur Kata Cinta hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Mie Ayam Jamur Kata Cinta juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha.

4.3. Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha Mie

Ayam Jamur Kata Cinta adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin di bidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan, tenaga kerja, dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1. Jenis Produk

Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah Mie Ayam Jamur Kata Cinta dan Mie Ayam biasa.

5.2. Volume Produk akan dibuat

Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk memproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 30 Mie Ayam Jamur Kata Cinta dan 30 Mie Ayam biasa yang nantinya akan menjadi **30** porsi mie ayam.

5.3. Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

1. Bahan yang Dibutuhkan

a) Bahan Baku

Bahan-bahan untuk membuat mie ayam, isian dan kuah :

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| 1. Mie basah atau mie telur | 6. daun bawang |
| 2. Ayam | 7. minyak goreng |
| 3. Jamur | 8. kecap |
| 4. sawi hijau | 9. merica, saus tiram, |
| 5. bawang putih | |

2. Proses Produksi

Proses pembuatan Mie Ayam Jamur terdiri dari :

1) Tahap Penyiapan Bahan dan Penimbangan

Pada tahap ini semua bahan untuk membuat mie ayam disiapkan kemudian ditimbang sesuai dengan takaran kebutuhan.

2) Tahap Pembuatan Tumis Ayam jamur

Bahan ayam jamur:

- | | |
|--|----------------------------|
| - 4 sdm Minyak goreng | - 1 sdm minyak wijen |
| - 6 siung Bawang putih cincang | - 1 sdm Kecap manis |
| - 1 btg daun bawang iris-iris | - 1 sdm kecap asin |
| - 400 gr Daging ayam, potong kotak kecil | - 1 sdt merica bubuk |
| - 1 sdm Saus tiram | - secukupnya Garam |
| | - 100 ml Air kaldu |
| | - 200 gr Jamur kancing iri |

Langkah langkah :

Cuci ayam sampe bersih, lalu potong kecil-kecil. Haluskan bumbu, kemudian tumis semua bahan dan bumbu sampai matang

3) Tahap Perebusan

Dalam proses perebusan, hal yang pertama dilakukan adalah panaskan air hingga mendidih di dalam panci. Kemudian setelah mendidih rebus mie dan sawi hijau. Kemudian ditiriskan.

4) Tahap Penggorengan

Pada tahap ini, mie yang telah di rebus di masak kembali (di tumis dengan ayam jamur yang sudah jadi. Jadi mie ayam di buat jika ada pelanggan yang datang memesan.

5) Tahap Untuk Membuat Kuah

- a. Rebus air bersamaan hingga mendidih.
- b. Tambahkan penyedap rasa atau daging agar kuah kaldu menjadi gurih
- c. Tambahkan daun bawang dan seledri

6) Penyajian

- a. Masukkan mie yang telah di rebus dan digoreng, tumisan jamur, sawi hijau serta pelengkap lainnya ke dalam mangkuk atau piring
- b. Tambahkan saus, kecap dan sambal
- c. Tuang kuah ke mangkuk

- d. siapkan juga alat makan seperti sumpit, sendok dan garpu
- e. Mie ayam siap dimakan

3. Tabel 4. Peralatan

No. Mesin dan Peralatan	
1. Kualiti/penggorengan	7. piring 3 lusin
2. Saringan minyak	8. Mangkok 3 lusin
3. Kompor gas	9. Centong sayur besar
4. Tabung LPG 3 kg	10. Sumpit 4 lusin
5. Panci besar	11. spatula
6. Sendok & garpu @ 4 lusin	12. mangkok mini

6. ASPEK KEUANGAN

6.1. Sumber Keuangan

Sumber Pendanaan yaitu

Modal sendiri **Rp 78.000.000**

Total Modal yang untuk mendirikan usaha Mie Ayam Jamur Cinta **Rp 9.000.000**

6.2. Tabel 5. Kebutuhan Investasi

Keterangan	Unit	Harga /unit	Jumlah
1. Gerobak	1	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
2. Peralatan masak			
- Kompor gas	1	Rp 250.000	Rp 250.000
- Tabung lpg 3kg	2	Rp 120.000	Rp 240.000
- Spatula	2	Rp 15.000	Rp 30.000

- Kualiti/penggorengan	1	Rp 60.000	Rp 60.000
- Panci besar	1	Rp 20.000	Rp 20.000
- Saringan minyak	2	Rp 10.000	Rp 20.000
-centong sayur bakso	1	Rp 20.000	Rp 20.000
- piring	3 lusin	Rp 125000 (per lusin)	Rp 375.000
- Panci besar	1	Rp 100.000	Rp 100.000
mangkok mini	3 lusin	Rp 60.000	Rp 180.000
- Mangkok	3 lusin	Rp 120.000	Rp 360.000
- Pisau	2	Rp 15.000	Rp 30.000
Sumpit	3 lusin	Rp 75.000	Rp 225.000
Sendok & garpu	3 lusin	Rp 20.000 x 3	Rp 60.000 x 2 =Rp 120.000
3. Cetak			
- Ex Banner	1	Rp120.000	Rp 120.00
- Poster	4	Rp 12.500	Rp 50.000
Jumlah Total Investasi			Rp 8.200.000

Kebutuhan sumber daya modal investasi Mie Ayam Jamur Kata Cinta meliputi barang-barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan mie ayam jamur dengan modal investasi sebesar Rp **8.200.000,-**

Tabel 6. Peralatan Depresiasi Mie Ayam Jamur Kata Cinta

Mie Ayam Jamur Kata Cinta menetapkan nilai ekonomis selama 10 tahun untuk gerobak dengan total depresiasi sebesar Rp 300.000 per tahun dan nilai residu Rp 3.000.000.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

a. Tabel 7. Bahan Baku Pokok

No	Nama Barang	Berat/kuantitas	Harga
1	Mie Basah	3 Kg	Rp45.000
2	Daging Ayam	1 ekor/1 kg	Rp30.000
3	Jamur	1 Kg	Rp30.000
4	Sawi Hijau	1 kg	Rp12.000
5	Daun Bawang	1/4 kg	Rp 8.000
6	Minyak Goreng	2 Liter	Rp25.000
	Total Perhari		Rp150.000
	Total Perbulan		Rp4.500.000
	Total Pertahun		Rp54.750.000

b. Tabel 8. Bahan Tambahan

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Garam	1 bungkus	Rp 5.000
2	Penyedap rasa	2 bungkus	Rp10.000
3	Kecap asin	1 botol	Rp10.000
4	Lada	1 bungkus besar	Rp 5.000
5	Cabai	1/4 kg	Rp 8.000
6	Kecap manis	1 botol	Rp10.000
7	Saos	1 kg	Rp10.000
8	Bawang putih	¼ kg	Rp 7.000
	Total Perhari		Rp65.000
	Total Perbulan		Rp1.950.000
	Total Pertahun		Rp23.725.000

Kebutuhan modal kerja dari **Mie Ayam Jamur Kata Cinta** adalah **Rp 78.475.000** selama setahun yang didapat dari Jumlah Bahan Pokok dan Bahan Tambahan yang dibutuhkan, dengan seluruh bahan yang dibutuhkan dapat

menghasilkan sebanyak 10.950 porsi selama setahun atau tahun 2018. Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu.

Tabel 9. Biaya Operasioanal Mie Ayam Jamur Kata Cinta

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Gas 3 kg	4 tabung	Rp 80.000
2	biaya sewa tempat berjualan	per bulan	Rp 100.000
3	Transportasi	30/bln	Rp225.000
	Total Beban Operasional Per Bulan		Rp405.000
	Total Beban Operasional Per Tahun		Rp4.860.000

Kebutuhan untuk Biaya Operasioanal **Mie Ayam Jamur Kata Cinta** sebesar **Rp 4.860.000** selama setahun atau tahun 2018.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 10. Estimasi Aliran Mie Ayam Jamur Cinta per Tahun

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Rp 164.250.000	Rp 186.150.000	Rp 208.050.000
Penjualan			
Modal investasi	Rp 8.200.000		
Biaya tetap			
Depresiasi	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 900.000
Total biaya tetap	Rp 300.000	Rp 600.000	Rp 900.000
Biaya variabel			

Biaya bahan baku	78.475.000		
Biaya gas	Rp 80.000 x 12		
Biaya sewa	Rp 100.000 x12		
Biaya transportasi	Rp225.000		
Total biaya variabel			
Total biaya			
Arus kas sebelum pajak (EBT)			
Pajak 1 %			
Depresiasi			
Kas bersih			
Investasi			
Kas			
Diskon faktor			
PV Kas Bersih			

6.4.1 Payback Periode

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

Jumlah Investasi = Rp 97.115.000

Arus kas tahun per-1 = Rp 44.362.800 -

Rp. 52.752.200

Karena terdapat sisa, akan dikurangi dengan arus kas bersih tahun ke-2, maka

sisanya dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan arus kas bersih tahun ke-2 adalah sebagai berikut:

52.752.200

55.065.910

Pada perhitungan di atas dapat diketahui *Payback Periode* pada Mie Ayam Jamur Cinta adalah selama 1 Tahun 11 Bulan.

6.4.2 Net Present Value (NPV)

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

NPV =

Total PV kas bersih = Rp 40.325.785 + Rp 45.506.468 + Rp. 49.405.775

= Rp 135.238.029

NPV = Total PV kas Bersih – Investasi

= Rp 135.238.029 – Rp. 97.115.000

= Rp 38.123.029

Hasil NPV dari Mie Ayam Jamur Cinta sebesar **Rp 38.123.029** yang mempunyai nilai positif. Maka investasi Mie Ayam Jamur Cinta layak atau dapat diterima.

6.6 Analisa Keuangan

6.6.1 BEP dalam Unit

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

□ Tahun 2018:

□ Mie Ayam Jamur Cinta: 8448 porsi

□ Tahun 2019:

□ Mie Ayam Jamur Cinta: 8.976 porsi

□ Tahun 2020:

□ Mie Ayam Jamur Cinta: 9.504 porsi

6.6.2 BEP dalam Rupiah

□ Tahun 2018:

- Mie Ayam Jamur Cinta : Rp 126.720.000
- Tahun 2019:
- Mie Ayam Jamur Cinta : Rp 142.560.000
- Tahun 2020:
- Mie Ayam Jamur Cinta : Rp 158.400.000

6.7 Laporan Keuangan

6.7.1 Laporan Laba Rugi

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

Tabel 11. Laporan Laba/Rugi Mie Ayam Jamur Cinta :

Keterangan Tahun 2018 Tahun 2019 Tahun 2020

Pendapatan Rp 126.720.000 Rp 142.560.000 Rp 158.400.000

Biaya-Biaya

Biaya Bahan Baku Rp 56.166.000 Rp 57.008.490 Rp 57.863.617

Biaya Gaji Karyawan Rp 18.000.000 Rp 21.600.000 Rp 25.200.000

Biaya Depresiasi Rp 1.000.000 Rp 1.000.000 Rp 1.000.000

Biaya Lain-Lain Rp 6.924.000 Rp 7.460.000 Rp 7.992.000

Total Biaya Operasi Rp 82.090.000 Rp 87.068.490 Rp 92.055.617

Laba Bersih Sebelum Pajak Rp 44.630.000 Rp 55.491.510 Rp 66.344.383

Pajak 1% Rp 1.267.200 Rp 1.425.600 Rp 1.584.000

Laba Bersih Setelah Pajak **Rp 43.362.800 Rp 54.065.910 Rp 64.760.383**

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

6.7.2 Laporan Perubahan Modal

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

Tabel 12. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal Mie Ayam Jamur Cinta adalah sebesar **Rp 140.477.800** untuk tahun 2018 sedangkan pada tahun 2019 adalah sebesar **Rp 194.543.710** dan tahun 2020 adalah sebesar **Rp 259.304.093**.

6.7.3 Neraca

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

Tabel 13. Laporan Neraca Mie Ayam Jamur Cinta

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

7. PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Lima. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.