

PISANG IJO RAINBOW

(PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA PISANG IJO RAINBOW)

FAHRI HAIKAL (8105161797)

Email : Haikalfahri82@gmail.com

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI/AP, FAKULTAS EKONOMI,
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rencana pendirian usaha Pisang ijo rainbow adalah salah satu bentuk usaha yang tetap melestarikan makanan tradisional Makassar dengan memberikan inovasi tetapi tidak menghilangkan unsur budaya dari makanan tersebut. Usaha ini merupakan usaha sederhana tetapi memiliki nilai jual yang sangat menguntungkan, saat ini dengan mengembangkannya dengan menyisir wilayah Jawa, Kalimantan dan Sumatra yang mayoritas belum terlalu mengenal es pisang ijo yang merupakan makanan khas dari Sulawesi. Untuk itu penulis mengharapkan usaha Pisang Ijo rainbow dapat berjalan dan memberikan prospek yang baik, serta mampu melestarikan dan berinovasi dengan makanan tradisional Nusantara khususnya Pisang Ijo khas daerah Makassar, Sulawesi Tenggara. Berdasarkan hasil dari analisis kelayakan usaha menggunakan Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return dapat disimpulkan bahwa Pisang Ijo Rainbow dinyatakan layak untuk dijalankan dan memiliki peluang usaha yang baik di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Pisang Ijo, Pisang Ijo rainbow

EXECUTIVE SUMMARY

The plan of business establishment of Green Banana rainbow is one form of business that still conserve traditional food Makassar by providing innovation but not menghilangkan cultural elements of the food. This business is a simple business but has a very lucrative selling value, currently by developing it by combing the Java, Kalimantan and Sumatra areas that the majority are not too familiar with Green banana ice which is a typical food from Sulawesi. For that the authors expect the business of Rainbow Green Banana can run and provide good prospects, and Able to preserve and innovate with traditional food of Nusantara especially Banana Green typical of Makassar, Southeast Sulawesi. Based on the results of business feasibility analysis using Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return can be concluded that Rainbow Banana is declared eligible to run and have a good business opportunity in the future.

Keywords: Green Banana, Rainbow Green Banana

I.PENDAULUAN

I.I LATAR BELAKANG BERDIRINYA USAHA

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan atau usaha kecil, menengah hingga rumah tangga pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan dalam dunia usaha. Dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebelum produk dikeluarkan ke pasaran. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Ibu Kota Indonesia tepatnya kota DKI Jakarta yang memiliki jumlah penduduk menurut data BPS Terpadat di Indonesia dengan total 62% dari penduduk di Indonesia dan ke tujuh di dunia. Tingginya jumlah penduduk menunjukkan permintaan

kebutuhan dan selera masyarakat juga menjadi lebih tinggi, dengan demikian masih sangat berpeluang bagi setiap orang untuk memulai usaha guna menjual makanan/minuman yang dibutuhkan masyarakat Kota DKI Jakarta.

Produk makanan atau minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, itu jelas karena setiap orang pasti membutuhkan makanan dan minuman. Selain itu produk makanan dan minuman juga di anggap tidak ada matinya jika dapat melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang akan kita tawarkan dengan tetapp mempertahankan unsur daerahnya.

Dengan latar belakang di atas penulis berencana untuk membuka usaha “PISANG IJO RAINBOW”. Dimana usaha ini menyediakan beberapa menu minuman yang warnanya bervariasi, yaitu ES PISANG HIJAU RAINBOW. Es pisang ijo adalah sejenis makanan khas dari Daerah Makasar, Sulawesi Selatan yang terbuat dari bahan utama berupa pisang. Es pisang ijo yang dimaksud adalah pisang yang dibalut dengan adonan tepung yang berwarna hijau dengan cara memasaknya dikukus dalam dandang. Adonan tepung berwarna hijau tersebut dibuat dari tepung, air, pewarna makanan (hijau) atau dengan menggunakan pewarna alami (seperti air daun suji atau air daun pandan). Es pisang ijo ini benar-benar terasa sangat nikmat dan segar ketika di konsumsi pada saat cuaca sedang panas atau sesudah melakukan aktivitas sehari-hari yang melelahkan, selain itu dapat membuat perut kenyang dan juga melepas dahaga. Es pisang ijo juga memiliki tampilan yang menarik dan dengan cita rasa khas pisang hijaunya, manis segar rasa kuahnya, dan harum aroma pandannya sehingga dapat menggugah selera para pelanggan ketika melihat dan memakannya. Oleh karna itu es pisang ijo tersebut banyak diminati oleh masyarakat dan sering di temukan di beberapa kota-kota besar di indonesia. Namun di Kota DKI Jakarta masih sangat sedikit yang menjualnya. Dengan demikian penulis berencana untuk membuka usaha es pisang ijo tersebut di kota DKI Jakarta.

1.2 VISI,MISI DAN TUJUAN

1.2.1 VISI :

Melestarikan dan memperkenalkan serta membuka lapangan kerja melalui usaha kuliner khas Makassar “ Es Pisang Ijo Rainbow”.

1.2.2 MISI :

1. Meningkatkan kualitas dengan harga yang tetap terjangkau
2. Menyesuaikan dengan selera masyarakat.
3. Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dengan berpedoman bahwa konsumen adalah Raja
4. Menciptakan tampilan es pisang ijo yang menarik agar konsumen mau melihat dan membeli produk.

1.2.3 TUJUAN :

1. Menciptakan sesuatu produk yang menyegarkan dengan kualitas baik dan unggul.
2. Mendapatkan penghasilan atau keuntungan.
3. Membuat sebuah peluang usaha.
4. Menciptakan lapangan kerja.

II. GAMBARAN UMUM USAHA

Nama usaha yang akan didirikan adalah *Pisang Ijo Rainbow*. Produk yang ditawarkan kepada calon konsumen berupa pisang yang dibungkus dengan adonan yang berwarna pelangi dan fla yang mempunyai cita rasa vanila yang berisikan varian rasa yang membuat anda merasakan makanan yang sungguh nikmat didalamnya. Konsep dari usaha bisnis *Pisang Ijo Rainbow* adalah membuat kantong aman, perut kenyang, hati senang dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, proses pembuatan yang higienis sehingga menjaga kualitas produk dan menjamin kesehatan para konsumen. Jenis pisang yang ditawarkan dalam produk *Pisang Ijo Rainbow* ini menggunakan bahan utama pisang raja (pisang , tepung maizena,tepung terigu, gula pasir, daun pandan dan pasta sebagai yang membalutkan pisang tersebut, serta varian rasa seperti; Milo, Coklat, Taro,Red Velvet dilelehkan, Nutella, Papermint, dan Keju didalamnya.

Dengan model usaha dalam memasarkan produk ini, kita menggunakan sistem terjun langsung atau promosi melalui account official *Pisang Ijo Rainbow* dan Membuka Gerai Penjualan langsung *Pisang Ijo rainbow* dengan menggunakan stand yang ada seperti di Bazaar dimana lokasi usaha tersebut beralamat Jl Expo Kemayoran a, RT.11/RW.14, dan Grand Indonesia, Mall Taman Angrek dan Gandaria City.

III PEMASARAN

3.1 Segmentasi Pasar, *Targeting* dan *Positioning*

3.1.1 Segmentasi Pasar

Sekmen pasar yang dibidik yaitu umumnya masyarakat dan khususnya para remaja dan mahasiswa yang berada disekitar lokasi pemasaran dan disekitar lokasi berdirinya usaha yang berada di wilayah Kota DKI Jakarta

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi pembeli yang kebutuhan, karakteristik atau perilakunya berbeda dan mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan karena beberapa alasan, **Pertama**, segmentasi memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi pasar menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani. Selain itu segmentasi memungkinkan perusahaan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai peta kompetisi serta menentukan posisi pasar perusahaan. **Kedua**, segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan acuan dalam penentuan positioning. **Ketiga**, segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing.

3.2.2 Targeting

Target dari Pisang Ijo Rainbow adalah masyarakat luas khususnya yang berdomisili di wilayah Jakarta dan Luar Jakarta.

3.2.3 *Positioning*

Positioning dari Pisang Ijo Rainbow adalah menjadikan sebagai minuman yang unik dan pas dengan kantong karena Pisang Ijo Rainbow memiliki varian rasa dan topping yang lezat sehingga membuat konsumen ingin mencobanya.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Permintaan

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

Tabel 1 Jumlah Pasar Potensial di Jl Expo Kemayoran, Grand Indonesia, Mall Taman Anggrek dan Gandaria City

Nama Konsumen	Jumlah Permintaan
Jl Expo Kemayoran	150
Grand Indonesia	130
Mall Taman Anggrek	100
Gandaria City	70

Dengan melakukan survey kepada 40 orang, menunjukkan bahwa 95% orang menyukai ES pisang Ijo Rainbow

3.2.2 Penawran

Bisnis pisang Ijo Rainbow ini merupakan bisnis yang sangat jarang dan belum populer di Indonesia karena tetap mempertahankan budaya dengan tambahan inovasi . Namun, pada umumnya Pisang Ijo yang ada di pasaran menggunakan bahan baku pisang dan hanya diisikan saja. Keberadaan usaha Pisang Ijo Rainbow ini masih sangat sulit ditemukan terutama di kota-kota besar. Masyarakat yang hobi mengkonsumsi pisang serta makanan yang manis manis, tidak mencoba atau mejadikannya peluang bisnis. Mereka terlalu asyik menjadi konsumen dan tidak begitu tertarik mencobanya. Kelangkaan produk pisang Ijo Rainbow bukan berarti bisnis ini tidak memiliki pesaing. Karena masih banyak makanan berbahan baku pisang lainnya dengan bentuk olahan yang lain(barang substitusi). Yang paling populer saat ini adalah Pisang Ijo Istimewa.

Tabel 3 Jumlah Penawaran Pesaing Pisang Ijo Rainbow

Nama Pesaing	Kapasitas Produksi Per Hari	Kapasitas produksi Perbulan
Pisang Ijo Istimewa	600	18.000

3.3. RENCANA PRODUKSI DAN PANGSA PASAR

Tahun	Permintaan	Penawaran	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2019					
2020					

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 *Product*

Produk yang saya tawarkan yaitu Es Pisang Ijo Rainbow yang berbahan baku pisang, minuman ini selain dapat menghilangkan dahaga juga dapat mengenyangkan perut dan memiliki tampilan yang unik yaitu berwarna pelangi sehingga mengundang selera makan.



3.4.2 Harga

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

Tabel Harga Pisang Ijo Rainbow

Toping	Harga
Keju	15.000
Nutella	15.000
Taro	15.000
Campur	15.000

3.4.3 Promotion

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Proses ini dilakukan dengan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan. Promosi merupakan

kompnen utama. Penulis memutuskan untuk memilih media promosi seperti :

1. Social Networking

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, instagram, twitter, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pisang Ijo Rainbow akan menggunakan media social berupa Instagram (official Account Pijo Rainbow) sebagai media promosi dan media testimony yang diberikan oleh konsumen.karena hamper setiap orang dijamin sekarang mempunyai instagram, dengan fitur fitur instagram yang ada memudahkan konsumen mengetahui produk produk yang kita tawarkan dengan mudah, cepat, dan tak terbatas.

2. Brosur

Brosur adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produktersebut. brosur biasanya dipakai untuk menginformasikan kepada para konsumen potensial yang berkaitan dengan

perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan presentasi perusahaan , produk baru atau layanan yang perusahaan yang ingin ditawarkan, ataupun perubahan terbaru dalam nama perusahaan ,dan lain-lain. Pisang Ijo Rainbow akan membagikan brosur agar dapat lebih dikenal dan lebih menarik, pembagian brosur akan dilakukan di Wilayah Mall dan Tempat rekreasi

3. Event

Rangkaian kegiatan dalam rangka tujuan tertentu pada waktu tertentu yang diadakan oleh pihak tertentu dan ditempat tertentu dengan biaya tertentu. Kami memilih event sebagai salah satu media promosi produk kami karena event akan memberikan pengalaman yang nyata kepada konsumen tentang bagaimana kualitas produk yang kami tawarkan dan memperkenalkan secara langsung tentang produk yang kami tawarkan. Pisang Ijo Rainbow akan mengikuti event – event yang ada di Jakarta dan Wilayah Jabodetabel seperti bazaar, pameran, dan pesta kuliner agar dapat memperkenalkan produk Pisng Ijo Rainbow ke masyarakat khususnya kota Jakarta.

4. Personal Selling

Merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu cara untuk memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang di tawarkan secara tatap muka. Penjualan yang dilakukan sendiri oleh pemilik, yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk promosi dari Pisang Ijo Rainbow dengan menawarkan langsung kepada keluarga, teman dan masyarakat sekitar. Mengapa kami menggunakan teknik ini, karena teknik ini yang paling efektif dalam proses menghasilkan proses pembelian, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian.

3.4.4 *Place*

Pemilihan Ji Expo Kemayoran sebagai tempat penjualan pisang ijo rainbow karena tempatnya merupakan pusat bazaar dan event di Indonesia dan Grand Indonesia, Mall Taman Anggrek dan Gandaria City merupakan Mall yang sangat tereknal di Jakarta.

3.5 ANALISIS SWOT

3.5.1 Strength

- a) Produk dari Pisang Ijo Rainbow menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh.
- b) Produk Pisang Ijo Rainbow tidak menggunakan pewarna buatan dan bahan kimia berbahaya.
- c) Memiliki lokasi yang strategis
- d) Memiliki beberapa varian rasa yang menarik

3.5.2 Weakness

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

3.5.3 Opportunities

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

3.5.4 Threat

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

IV ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh Pisang Ijo Rainbow:

1. Nama Usaha : Pisang Ijo Rainbow
2. Jenis usaha : pisang yang dibaur dengan berbagai varian topping (Minuman)
3. Alamat usaha : Jl Expo Kemayoran Lt 5
4. Nama Pemilik : Fahri Haikal
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha

4.2 Perijinan

Perijinan merupakan hal yang sangat penting karena dengan izin usaha dapat berdiri dan dapat diakui keberadaannya. Berdasarkan Peraturan yang diberikan oleh BPOM Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, diperlukan sebuah survei dan riset pasar yang digunakan untuk melihat seberapa besar peluang dan apa saja yang menjadi kebutuhan sebuah usaha dan apa yang diinginkan oleh setiap konsumen. Dalam menyusun sebuah rencana bisnis tentu membutuhkan sebuah jadwal sampai dengan proses pembukaan atau grand opening. Pisang Ijo Rainbow dijadwalkan pada pagi hari pukul 10:00 sampai dengan pukul 20:00

4.3 Inventaris Kantor Dan Supply Kantor

Tabel Inverntasi Kantor Pisang Ijo Rainbow

Uraian	Jumlah
Kalkultaor	5
Stempel	9
ATK	7
Mesin Kasir	4

Tabel Supply Kantor

Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan Pisang Ijo Rainbow seperti menuli pemesanan konsumen. Alat – alat itu seperti nota pembelian, catatan, pena dan kertas note

Uraian	Jumlah
Pena	2 Lusin
Nota	4 Lusin
Buku kas	7 Lusin

V.ASPEK PRODUKSI

5.1 Lokasi Usaha Pisang Ijo Rainbow

Pemilihan lokasi penjualan Pisang IJO Rainbow sangat strategis karena hamper semua wilayah di DKI Jakarta bisa menjangkau wilayah tersebut.

5.2 Rencana Tata Layout (Layout)

Contoh Booth Usaha Pisang Ijo Rainbow



5.3 Proses Produksi

Memilih proses produksi gabungan antara proses produksi intermitten dan proses produksi garis. Proses produksi intermitten adalah proses produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan yang masuk dari konsumen dan ini sangat cocok dalam usaha kuliner ini. Sedangkan proses produksi garis adalah proses produksi dimana aliran proses dari bahan mentah sampai menjadi produk akhir dan urutan-urutan operasi-operasi yang digunakan untuk menghasilkan produk selalu tetap.

Berikuta proses pembuatan atau produksi Pisang Ijo Rinbow dalam Enam porsi :

Bahan:

Pisang Tepung

1. 175 gr tepung beras, ayak
2. 1/2 sdt garam
3. 300 ml air
4. 1000 ml air daun pandan/suji
5. 50 gr tepung tapioka / sagu
6. 6 buah pisang raja matang

Saus Putih/Bubur

1. 800 ml santan
2. 50 gr tepung beras
3. 75 gr gula pasir
4. 1/2 sdt garam
1 ikat daun pandan
Sirup Merah
Es Serut
5. Kacang tanah sangria
6. Es serut secukupnya

Cara Pembuatan:

Pisang Ijo :

1. Campurkan tepung beras, garam, air, air daun pandan, dan pewarna hijau, aduk rata. Jerang di atas api kecil hingga mendidih sambil aduk-aduk agar adonan tidak berbutir. Angkat.
2. Masukkan tepung sagu sedikit demi sedikit sambil aduk-aduk hingga kalis. Biarkan dingin sebentar.
3. Bagi adonan menjadi 6 bagian. Bulatkan dan tipiskan hingga 1/2 cm.
4. Balut setiap pisang dengan adonan tepung beras hingga semua bagian tertutup rata.
5. Kukus hingga matang skira-kira 15-20 menit.

Bubur :

1. Semua bahan dicampurkan mulai dari tepung terigu, santan, daun pandan, gul pasir serta garam.
2. Campuran bahan lalu diaduk dan dipanaskan dalam api sedang.
3. Setelah kental seperti sumsum atau fla untuk puding. Bubur untuk sajian pisang ijo siap diangkat.

Penyajian:

1. Potong-potong pisang ijo secara miring lalu taruh di piring.
2. Tambahkan bubur yang jadi flanya.

Tambahkan di atasnya, es serut, susu kental manis, sirop strawberry, serta taburan kacang

C. Bahan Baku

Bahan Utama :

1. Pisang
2. Tepung
3. Garam
4. Air Perasan Daun suji

5. Pasta Pandan

6. Air Mineral

Bahan Untuk Bubur :

1. Tepung Beras

2. Santan

3. Daun Pandan

4. Garam Halus

Bahan Pelenkap :

1. Sirup

2. Susu

3. Serutan Es batu

D. Peralatan

1. Kompor dan Tabung Gas

2. Panci Kukus (Dandang)

3. Peralatan Makanan (Mangkuk/Gelas dan Sendok)

4. Wadah Makanan

5. Blender

6. Gealas Ukur

7. Mesin Penggiling Mie

8. Peralatan Lain – Lain (Pisau/Spatula)

VI. ASPEK KEUANGAN

6.1. Sumber Keuangan

Pendanaan Pisang Ijo Rainbow

Modal yang diperlukan Pisang Ijo Rainbow dengan jumlah modal mencapai Rp. 80.000.000,-

1. Investasi Toko

No.	Nama Mesin/ Peralatan	Jumlah (unit/pack)	Harga Beli Satuan (Rp)	Jumlah Harga Beli
1.	Kompor Gas	1	Rp. 160.000	Rp. 160.000
2.	Tabung Gas 12 Kg	1	Rp. 120.000	Rp. 120.000
3.	Gerobak Jualan	1	Rp.3.000.000	Rp.3.000.000
4.	Mesin Parutan Es	1	Rp.350.000	Rp. 350.000
5.	Meja	4	Rp. 65.000	Rp. 260.000
6.	kursi	16	Rp. 50.000	Rp. 800.000
7.	Toples besar	3	Rp. 15.000	Rp. 45.000
8.	Sendok Minuman Es	2 Lusin	Rp. 15.000	Rp. 30.000
9.	Sendok Kuah	4	Rp. 5.000	Rp. 20.000
10.	Mangkok	2 Lusin	Rp. 40.000	Rp. 80.000
11.	Pisau	3	Rp.15.000	Rp. 30.000
12.	Baskom	3	Rp. 10.000	Rp. 30.000
13.	Dandang	2	Rp.150.000	Rp. 300.000
14.	Talenan	2	Rp.25.000	Rp. 50.000
15.	Pencepit Kue	2	Rp.8.000	Rp. 16.000
16.	Kantong Plastik	3	Rp.5.000	Rp. 15.000
17.	Bola Lampu	2	Rp. 40.000	Rp. 80.000
18.	Spanduk (2 x 1 m)	2	Rp.160.000	Rp. 320.000
19.	Tratak Mini	1	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000

20.	Termos Es Batu	1	Rp. 250.000	Rp. 250.000
21.	Dispenser	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000
22.	Galon Air Mineral	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
23.	Piring Kecil	2 lusin	Rp. 30.000	Rp. 60.000
22.	Tenda	1	Rp. 360.000	Rp. 360.000
23.	Genset	1	Rp. 1000.000	Rp. 1.000.000
24.	Sewa Lapak	/bulan@4	Rp. 5.000.000	Rp. 20.000.000
25.	Biaya Lain-lain			Rp. 1.069.000
TOTAL			Rp. 20.645.000,00	

2. Bahan Baku dan Penolong

No.	Jenis Bahan Baku dan Bahan Pembantu	Jumlah (Unit)	Harga Beli perhari	Jumlah Perhari	Jumlah Perbulan
1.	Pisang Raja	60 sisir	Rp. 8.000	Rp. 480.000	Rp. 14.400.000
2.	Tepung Beras	12 Kg	Rp.5.000	Rp. 60.000	Rp. 1.800.000
3.	Pewarna Makanan	15 botol	Rp. 4000	Rp. 60.000	Rp. 1.800.000
4.	Tepung Maizena	13 kotak	Rp. 5.000	Rp. 65.000	Rp. 1.950.000
5.	Kelapa Parut	20 Kg	Rp. 8.000	Rp. 160.000	Rp. 4.800.000
6.	Margarin	25 ons	Rp. 1500	Rp. 37.500	Rp. 1.125.000
7.	Gula	25 Kg	Rp.12.000	Rp. 300.000	Rp. 9.000.000
8.	Garam	20 Ons	Rp. 1000	Rp. 20.000	Rp. 600.000
9.	Sirup Merah (coco pandan)	21 Botol	Rp. 17.000	Rp. 357.000	Rp. 10.710.000
10.	Es Batu	55 buah	Rp. 1000	Rp. 55.000	Rp. 1.650.000
11.	Gelas pop es	25 lusin	Rp. 6000	Rp. 150.000	Rp. 4.500.000
			TOTAL	Rp. 1.744.500	Rp. 52.335.000

3. Rekapitulasi Anggaran Biaya

No.	Jenis Kebutuhan	Jumlah
1.	Investasi Toko	Rp. 20.645.000,00
2.	Bahan Baku dan Penolong	Rp. 52.335.000,00
3.	JUMLAH TOTAL	Rp. 72.980.000,00

Jumlah total kebutuhan biaya usaha Pisang Ijo ini adalah Sebesar tujuh puluh tiga rupiah.

Target produksi per hari yaitu: 450 es pisang ijo

Harga 1 mangkuk es pisang ijo = Rp 15.000,00

Target total penjualan per hari = Rp 15.000,00 x 450 = Rp 6.750.000,00

Jadi total penjualan per bulan = Rp 6.750.000,00 x 30 = Rp 202.500.000,00

Di kurangi dengan biaya bahan baku per bulan = Rp 202.500.000,00

Rp 72.980.000,00 -

Rp 129.520.000,00

Jumlah Laba per bulan

= Rp 129.520.000,00

Jika Harga 1 mangkuk = Rp 6.000,00 maka labanya = **Rp 202.500.000,00**

Keterangan : Harga dapat berubah sewaktu-waktu apabila keuntungan terlalu kecil atau ketika harga bahan baku berubah.

Kenapa bisa mempunyai laba yang besar karena saya telah membuka 4 cabang di tempat startegis dan Mall-mall terkenal sehingga bisa menarik perhatian orang dengan makanan pisang ijo rainbow yang masih mempertahankan budaya tanpa menghilangkan inovasi dari daerah makanan tersebut.

Karena dibukanya 4 cabang mengakibatkan saya harus mempunyai modal yang besar juga

DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *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.