

RESAH “Risol Berisi Buah”

(Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Makanan Camilan Risol)

Hanny Apriyani

Universitas Negeri Jakarta

E-mail: hannyapryn@gmail.com

Abstrak

Resah adalah sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan memasarkan risol tetapi dengan nama dan tampilan lebih unik yang dimodifikasi dengan berbagai aneka macam isian buah dan fla memberikan kepuasan rasa serta keindahan mata karena warna kulit risol yang berwarna–warni sesuai dengan varian isi fla yang terdiri dari Susu, Kitkat Greentea, dan Keju. Usaha ini merupakan usaha homemade yang dibuat oleh Saya, nantinya akan dipromosikan melalui sosial media (instagram, facebook, line, dll) dan akan dipasarkan langsung di sekitar Universitas Negeri Jakarta (UNJ) serta bazaar yang ada pada sebuah event.

Kata Kunci : *Resah*, Buah, Camilan.

Abstract

Resah is a culinary business that produces and markets risol but with a more unique name and look modified with various kinds of fruit and fla fruits provide the satisfaction of taste and beauty of the eye because of the color of risol skin color in accordance with the variant of fla content consisting of Milk , Kitkat Greentea, and Cheese. This effort is a homemade effort created by me, will be promoted through social media (instagram, facebook, line, etc.) and will be marketed directly around the State University of Jakarta (UNJ) and bazaar that exist in an event.

Keywords: Resah, Fruit, Snack.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini bisnis kuliner memang tak ada habisnya, mulai 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. Selain makanan pokok, gerai – gerai makanan cemilan juga marak beredar sekarang ini. Makanan cemilan itu antara lain gorengan, seperti lumpia, bola ubi, pisco dan risol. Resah merupakan sebuah ide yang lahir dari inovasi terhadap produk makanan camilan risol. Kebutuhan masyarakat akan konsumsi yang semakin meningkat. Merupakan salah satu ide untuk membuat usaha ini. Selain olahan makanan yang inovasi, usaha ini juga sangat menarik minat pembeli, karena makanan ini mempunyai rasa yang berkualitas dan dapat di nikmati oleh semua kalangan dengan harga ekonomis /terjangkau. Sehingga dapat menjadikan Usaha ini dapat cepat berkembang dan menyebar luas. Risol merupakan camilan jenis gorengan berisikan sayuran ataupun telur , sosis dan mayonnaise. Risol adalah camilan yang mudah kita jumpai di setiap jalan, khususnya di Jakarta seperti bisnis kaki lima, cafe, maupun restoran. Melihat peluang tersebut Resah hadir dengan sebuah inovasi cita rasa baaru yang terinspirasi dari risol berisi sayur, *pie* dan pisco. Resah adalah risol yang berisikan buah terdiri dari berbagai macam campuran buah, mulai dari buah nanas, kiwi, jeruk, strawberry ataupun anggur dan ditambahkan susu fla. Ditambah dengan warna kulit yang beraneka warna sesuai dengan isian fla didalam risol, akan menambah selera untuk memakannya.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

a. Visi :

Dengan lebih populernya risol tersebut dapat membuka lapangan pekerjaan yang lebih luas. Membuat orang lebih mudah memakan buah. Sehingga menjadikan risol menjadi jajanan favorit di kalangan masyarakat dan diharapkan dapat menambahkan atau meningkatkan varian rasa yang lebih banyak lagi.

b. Misi :

1. Menciptakan dan menambah inovasi berkelanjutan dalam varian rasa.
2. Melayani sepenuh hati untuk kepuasan konsumen.
3. Mempromosikan “Resah” kepada masyarakat melalui social media.
4. Membuat kualitas “Resah” ini dengan menggunakan bahan-bahan dengan kualitas terbaik.

c. Tujuan :

Dengan terus melakukan inovasi berkelanjutan yang baik diharapkan Resah sebagai sebuah usaha homemade yang sederhana namun menguntungkan. Memudahkan orang yang tidak suka buah untuk memakan buah. Dan dapat menjadi trend setter bagi kaula muda dalam berusaha dan memberikan antusiasme kaula muda untuk memulai sebuah usaha.

II. GAMBARAN USAHA

Nama usaha yang akan Saya dirikan dalah Resah (Risol Berisikan Buah). Produk yang ditawarkan kepada calon konsumen berupa risol yang berisikan

berbagai macam buah dengan susu fla yang membuat anda merasakan isian yang nikmat didalamnya, serta warna kulit yang beraneka warna sesuai dengan isian fla didalam risol. Konsep dari usaha bisnis Resah adalah tidak membuat anda resah karena kantong aman, perut kenyang, hati senang, dan memudahkan baik pecinta buah maupun yang tidak untuk sama-sama mengonsumsi buah dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, proses pembuatan yang higienis sehingga menjaga kualitas produk dan menjamin kesehatan para konsumen.

Model usaha dalam memasarkan produk ini memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada yaitu media social, melalui account official Resah. Selain itu juga memasarkan secara terjun langsung di berbagai event, yaitu penjualan langsung Resah dengan menggunakan stand yang ada seperti di Bazaar dimana lokasi usaha tersebut beralamat Jl. RawamangunMuka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

III. 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). Resah mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut:

a) Segmentasi Geografis:

Segmentasi Geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti wilayah, kota, dan desa. Pada segmentasi

geografis saat ini usaha terlebih dahulu fokus di kota Jakarta, khususnya di sekitar Universitas Negeri Jakarta Kampus A.

b) Segmentasi Psikografis:

Segmentasi Psikografis merupakan segmentasi yang didasarkan pada gaya hidup atau kepribadian. Karena di perkotaan penduduknya cenderung menyukai makanan instant, 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. Karena Saya melakukan usaha disekitar Kampus A Universitas Negeri Jakarta maka target pembeli adalah mahasiswa atau siswa.

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).

Resah memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat penggemar makanan camilan yang berada pada kelas ekonomi menengah ke bawah.

C. Positioning

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999).

Inovasi yang Saya lakukan adalah pada cita rasa isi yang berbeda dari risol pada umumnya yang sudah pernah ada. Pada Resah isinya terdiri atas berbagai macam buah dan susu fla. Resah sangat cocok menjadi camilan yang unik dan pas dengan kantong.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

A. Permintaan

Permintaan adalah jumlah kesatuan barang yang oleh pembeli akan membeli dengan bermacam – macam harga selama jangka waktu tertentu (Manap 2016). Karena usaha ini belum direalisasikan dan belum ada penawaran produk ke masyarakat. Jadi, jumlah permintaan belum bisa dihitung dengan pasti hanya masih bisa diperkirakan saja.

Perkiraan pada permintaan potensial Resah adalah dengan membagikan 10 kuisioner secara acak kepada masing – masing konsumen. Dengan perbandingan 9 menyukai Risol dan 1 tidak menyukai Risol atau sebesar 90% menyukai dan 10% tidak menyukai. Penulis mengambil sebesar 70% dari populasi.

B. Penawaran

Tingkat penawaran akan semakin tinggi apabila target melakukan permintaan yang tinggi pula. Seperti pada saat produk tersebut baru dirilis, menjadi trending topic di social media dan menjadi makanan unik yang dapat memikat.

3.3. Strategi Pemasaran

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

3.3.1. Product (produk)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274)

Produk yang Saya jual merupakan Resah alias risol berisikan buah. Risol dibuat dengan menggunakan bahan dan isian yang berkualitas dan pilihan. Untuk kemasan, Risol dikemas menggunakan kertas roti, kemasan kertas sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama merk dagang di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

3.3.2 Price (Harga)

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

Table 1. Harga produk

Jenis	Varian isi fla	Harga
Risol isi buah (nanas, anggur, kiwi, strawberry, dan jeruk)	Susu fla	Rp 6.000
	Green tea fla	Rp 6.500
	Keju fla	Rp 6.500

3.3.3 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 UNJ yang ramai didatangi, pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media social seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line sebagai media promosi.

b. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi public relation yang digunakan Resah 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 Resah yaitu melalui promosi secara lansung oleh pemilik kepada keluarga, teman dan masyarakat disekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Resah yaitu dengan memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli 5 buah gratis 1 buah guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

e. Penyaluran

Lokasi bisnis Resah ditempatkan ditempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Jakarta terutama di daerah Kampus Universitas Negeri Jakarta.

3.3.4 Place (tempat)

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

Adapun pemilihan lokasi dari Resah beralamat di Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Karena lokasi dekat dengan keramaian antara lain sekolah, universitas dan daerah perkantoran. Lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat kota.

3.5 Analisis Strategi

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Resah. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi

Kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) yang dapat terjadi dalam usaha pengolahan Resah.

A. *Strenght* (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).

- a) Produk dari Resah menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh.
- b) Produk Resah tidak menggunakan bahan kimia berbahaya.
- c) Memiliki lokasi yang stategis dan berdekatan dengan Sekolah, beberapa Universitas, dan Perkantoran.
- d) Memiliki beberapa varian rasa fla dan warna kulit yang unik.

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).

- a) Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
- b) Kurangnya informasi konsumen tentang Resah dan apa itu Resah.
- c) Resah belum dikenal baik oleh konsumen dan masyarakat terutama di Kota Jakarta.
- d) Belum memiliki cabang. d) Kurangnya modal untuk memulai usaha.

C. *Opportunities* (Peluang)

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

- a) Besarnya minat dan keinginan masyarakat terhadap jajanan unik
- b) Harga terjangkau.
- c) Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai kuliner camilan dari lapisan perkotaan hingga masyarakat pinggiran Jakarta.

D. *Threat* (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).

- 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 pisco 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 Resah:

- a. Nama Usaha : Resah (Risol Berisi Buah)
- b. Jenis usaha : Risol dengan isian buah dan fla berbagai varian serta warna kulit yang cantik sesuai dengan rasa fla.
- c. Alamat usaha : Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
- d. Nama Pemilik : Hanny Apriyani
- e. 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 diberikan oleh Universitas Negeri Jakarta:

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.

4.3 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

- a. Inventaris Kantor Inventaris kantor dari Resah berupa kompor sebagai alat untuk memasak risol buah.

Tabel 2. Inventaris kantor Resah.

Uraian	Jumlah
Cap stempel	2
Kalkulator	2

b. Supply Kantor Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan Resah seperti menulis pemesanan konsumen. Alat – alat itu seperti nota pembelian, catatan, pena dan kertas note.

Table 3. Supply Kantor Resah.

Uraian	Jumlah
Pena	2
Nota	2
Buku kas	1

V. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Lokasi

Usaha Resah Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh Resah adalah di jalan Rawamangun Muka. Pemilihan lokasi ini karena berdekatan dengan sekolah dan suatu event.



Gambar 1. Produk Resah isian susu fla dan green tea.

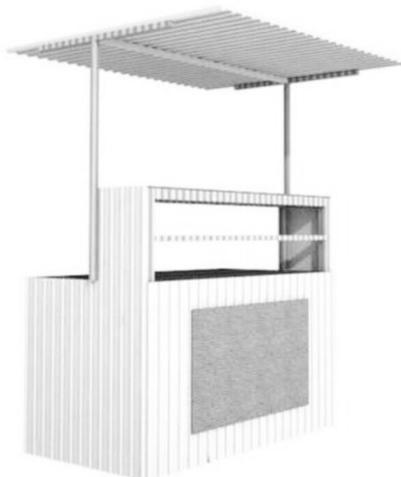


Gambar 2. Logo Resah

Logo Resah menggambarkan sebuah risol yang berisikan buah dan warna yang dominan adalah pink, ungu dan merah. Warna pink dan ungu melambangkan kemanisan, dan warna merah menurut suatu artikel warna merah dapat menambah selera makan. Didalamnya juga terdapat *official account* (Ig, Whatsapp, LINE) dari bisnis Resah agar memudahkan pelanggan untuk memesan produk ini.

5.2 Rencana Tata Layout (Layout)

Contoh *Booth* Usaha Resah



Booth dipakai untuk mempermudah pengusaha, karena *booth* berbentuk kecil supaya dapat dipindahkan dengan mudah. *Booth* pun di desain sederhana tetapi konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan oleh pengusaha.

5.3 Proses Produksi

Proses Urutan Produksi Resah

Resah mempersiapkan produk – produk pada masing - masing rasa, dengan proses produksi yang baik akan mendapatkan hasil yang baik juga. Produksi Resah dilakukan di booth dan digoreng secara langsung ditempat untuk mendapatkan hasil berupa risol buah yang renyah dan hangat.

5.4 Bahan Baku dan Bahan

Pembantu Proses pembuatan makanan tentunya membutuhkan bahan baku dan juga bahan pembantu. Resah menggunakan berbagai macam sebagai bahan baku dan varian rasa sebagai bahan pembantu untuk menghasilkan produk – produk yang berkualitas.

BAHAN BAKU:

- **Bahan kulit risoles:**

150 gram tepung terigu

1 butir telur

1 kuning telur

1/2 sendok teh garam

350 ml susu cair

1 sendok makan margarin, lelehkan

3 pewarna makanan

- **Bahan isi:**

150 fruit koktail, potong lebih kecil

200 gram stroberi segar, potong delapan bagian

75 gram keju cheddar parut

- **Bahan saus:**

25 gram mentega tawar

3 kuning telur rebus, haluskan

2 sendok teh mustard

35 gram tepung terigu

350 ml susu cair

1/4 sendok teh garam

100 gram Nestle CARNATION

2 sendok teh air jeruk lemon

- **Bahan pencelup:**

8 butir telur

- **Bahan pelapis:**

300 gram tepung panir kasar

CARA MEMASAK:

1. Kulit, kocok lepas telur dan garam. Tambahkan susu cair. Aduk rata.

2. Tuang sedikit demi sedikit ke atas tepung terigu sambil diaduk sampai licin. Tambahkan margarin. Aduk rata.
3. Tuang di wajan datar diameter 10 cm tipis-tipis dan beri pewarna makanan. Sisihkan.
4. Saus, panaskan mentega. Masukkan kuning telur halus. Aduk sampai berbusa. Tambahkan mustard dan tepung terigu. Aduk sampai berbutir. Tambahkan susu cair sedikit-sedikit sambil diaduk sampai licin.
5. Masukkan garam dan Nestle Carnation. Aduk sampai licin. Angkat. Tambahkan air jeruk lemon. Aduk rata.
6. Ambil selembat kulit. Sendokkan saus. Tambahkan potongan buah dan keju. Lipat.
7. Celup ke telur. Gulingkan di tepung panir kasar.
8. Goreng di dalam minyak yang sudah dipanaskan di atas api sedang asal kekuningan.

5.5 Tenaga Produksi

Untuk awalan karena tenaga karyawan dilakukan oleh Saya dan orang tua jadi Saya tidak memerlukan kriteria dalam karyawan.

5.6 Peralatannya

Resah menggunakan peralatan seperti kompor dan penggorengan dalam seluruh kegiatan pembuatan risol buah.

Tabel 4. Rincian peralatan

No.	Nama dan peralatan:	No.	Nama dan peralatan:
1.	Gas tabung 3kg	7.	Panci besar

2.	Kuali atau penggorengan	8.	Panci kecil
3.	Kompor gas	9.	Wadah plastic 80cm
4.	Spatula	10.	Talenan
5.	Minyak goreng	11.	Jepitan
6.	Saringan Minyak	12.	Baskom

VI. ASPEK KEUANGAN

6.1. Sumber Keuangan Pendanaan Resah

Sumber Pendanaan yaitu

Modal sendiri Rp 4.222.000

Total Modal yang untuk mendirikan usaha Resah Rp 4.222.000.

6.2 Kebutuhan Modal Kerja

Table 5. Rincian bahan pembuatan Resah

Bahan	Jumlah	Biaya
Tepung terigu	150 gram	2.000
Telur	2 butir	4.000
Garam	1 bungkus	2.000
Susu cair	350 ml	6.000
Margarine	1 bungkus	10.000
Fruit koktail	1 kaleng	25.000
Strawberry	200 gram	30.000
Kitkat green tea	5 karton	25.000
Keju	½ kg	23.000
Tepung panir	1 kg	7.000
Total biaya		134.000

Sumber: Penulis, 2018

Kegiatan diatas adalah untuk pembuatan 60 buah. Jika satu hari memproduksi sebesar 120 buah maka $134.000 \times 2 = 268.000$. perbulan sebesar $268.000 \times 30 = 8.040.000$. Pertahun maka 96.480.000

Table 6. Biaya peralatan kantor Resah per tahun

Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Pena	2 kotak	12.000	24.000
Nota	24 buah	6.000	144.000
Buku kas	2 buah	17.000	34.000
Jumlah			202.000

Sumber: Penulis, 2018

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Resah adalah sebesar Rp 202.000 pertahun.

6.3 Analisis Kelayakan Usaha

Estimasi Aliran Kas Resah Per Tahun

Kas bersih Resah tahun 2019 adalah sebesar $\text{Rp } 50.664.000 - (\text{Rp } 48.240.000 + \text{Rp } 202.000) = \text{Rp } 2.202.000$

6.3.1 Payback Period

Payback Period atau juga disebut periode yang diperlukan agar dapat menutup kembali seluruh pengeluaran investasi menggunakan arus kas bersih.

$PP = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Arus Kas Bersih/tahun}} = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Rp } 2.202.000} = \text{Rp } 4.222.000$

Arus Kas Tahun ke-1 = Rp 2.202.000

6.3.2 Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah perbandingan antara PV kas bersih dengan PV Investasi selama umur investasi. Apabila menghasilkan hasil positif maka investasi diterima jika bernilai negatif maka investasi ditolak.

$$NPV = \text{Kas bersih}_1(1+r)^{-1} + \text{Kas bersih}_2(1+r)^{-2} + \dots + \text{Kas bersih}_n(1+r)^{-n} - I_0$$

Hasil NPV dari Resah sebesar Rp 2.202.000 dan mempunyai bernilai positif, maka investasi Resah layak atau dapat diterima.

6.4 Analisa Keuangan

6.4.1 BEP (BREAK EVENT POINT)

Biaya Produksi	Rp 336.000
Keuntungan per buah	Rp 400
(Harga jual – HPP)	
	840 buah
Biaya produksi	Rp 336.000
Laba per hari	Rp 48.000
	7 hari

Jadi, melihat data dari table diatas dapat disimpulkan bahwa Resah akan berada pada titik impas bila menjual sebanyak 840 buah atau selama 7 hari.

DAFTAR PUSTAKA

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, 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.

<https://cookpad.com/id/resep/3603387-manggo-green-risol> Diakses pada 04 April 2018

https://cookpad.com/id/resep/3346065-risoles-apel-%F0%9F%8D%8Epr_risolesdkk Diakses pada 04 April 2018