

# **KOIN PISANG NUGGET**

**(Perencanaan Pendirian Usaha Pisang Nugget Bentuk Koin)**

**Ratih Pratiwi Putri**

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi**

**Universitas Negeri Jakarta**

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

## **Abstrak**

Koin Pisang Nugget sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual pisang nugget dengan isi, bentuk dan tampilan yang berbeda. Yaitu berbentuk koin dengan isi oreo pada lapisan tengah.

Usaha ini merupakan usaha *homemade* yang nantinya akan dipromosikan melalui sosial media (instagram, facebook, line, dll) dan akan dipasarkan langsung disekitar Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Kata Kunci : *Koin Pisang Nugget*, Pisang, Kuliner

## *Abstract*

Banana Coins Nugget is a culinary business that produce and sells banana nuggets with different contents, shapes, and displays. Namely in the form of coins with oreo contents in the middle layer.

This effort is a homemade effort that will be promoted through (instagram media, facebook, line, etc). And will be marketed directly around Jakarta State University (UNJ).

Keywords: Banana Coins Nugget, Banana, Culinary

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pisang adalah salah satu buah yang paling banyak dikonsumsi di dunia untuk alasan yang baik. Buah kuning berbentuk melengkung yang dibungkus dengan segudang gizi besar. Pisang tumbuh setidaknya disekitar 107 negara dan menempati peringkat keempat di antara dunia tanaman pangan yang di nilai secara moneter.

Manfaat kesehatan yang mungkin didapatkan dari mengkonsumsi pisang termasuk menurunkan risiko kanker, asma, menurunkan tekanan darah dan meningkatkan kesehatan jantung. Rincian gizi pisang ukuran sedang (sekitar 126 gram) dianggap satu porsi. Satu porsi pisang mengandung 110 kalori, 30 gram karbohidrat dan 1 gram protein.

Kebutuhan masyarakat akan makanan sehat pun meningkat. Merupakan salah satu ide untuk membuat usaha ini.

Usaha ini juga sangat berbeda dengan usaha kuliner lainnya, yakni berpeluang menambah keberkahan bagi konsumen yang membeli. Dikarenakan setiap pembelian 1 porsi, konsumen menyisihkan Rp. 1.000 untuk anak yatim dan kaum dhuafa. Yang nantinya akan disalurkan kepada yayasan atau orang-orang yang berhak menerimanya.

### 1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

#### a. Visi

Membuat kuliner olahan pisang menjadi populer dan banyak diminati masyarakat. Dan membuka lapangan pekerjaan seluas-luasnya

#### b. Misi

- 1) Melakukan inovasi pisang nugget dalam bentuk dan varian isi yang berbeda
- 2) Menjamin koin pisang nugget menggunakan bahan-bahan dengan kualitas terbaik
- 3) Melakukan pelayanan terbaik untuk konsumen
- 4) Mempromosikan koin pisang nugget kepada masyarakat melalui media sosial

#### c. Tujuan Usaha

- 1) Menjadikan usaha *homemade* sederhana yang menguntungkan dan dapat berbagi dengan oranglain
- 2) Membuat masyarakat menyukai buah lokal yaitu pisang
- 3) Menjadi motivator bagi para calon pengusaha muda untuk memulai sebuah usaha

## 2. GAMBARAN USAHA

Koin Pisang Nugget adalah jenis usaha kuliner dengan bahan utama pisang. Usaha ini menawarkan kepada konsumen, pisang nugget bentuk koin yang unik dengan isi oreo yang ada di tengah lapisannya. Membuat siapa saja yang memakannya akan merasakan lezat dan

kelembutan yang tak terkalahkan oleh kuliner pisang lainnya. Bahan-bahan yang digunakan adalah bahan kualitas terbaik dan pembuatannya pun higienis sehingga tetap terjaga kualitas dari koin pisang nugget itu sendiri. Slogan yang akan dibawakan adalah “suka makan, kantong aman”. Koin pisang nugget ini menggunakan terigu dan tepung roti sebagai lapisan terluarnya.

### 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).

Koin Pisang Nugget mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : Koin Pisang Nugget memilih segmentasi usia 7 tahun ke atas.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : 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).

Koin Pisang Nugget memilih target pasarnya yakni kalangan remaja dan mahasiswa serta pelajar.

##### 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 Koin Pisang Nugget adalah menjadikan sebagai cemilan sehat, unik, dan pas di mulut pas di kantong. Karena Koin Pisang Nugget memiliki kelembutan dan teksturnya sangat lembut di lidah sehingga konsumen ketagihan untuk memakannya.

#### 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	30	900	10.800

Sedang	20	600	7.200
Buruk	15	450	5.400

**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 Universitas Negeri Jakarta

<b>Nama perusahaan pesaing</b>	<b>Kapasitas produk/ Tahun (porsi)</b>
Pisang nugget rajo	9.360
Ropisbak	6.840
<b>Total</b>	<b>16.200</b>
<b>Rata – Rata</b>	<b>8.100</b>

- Tabel 3. Proyeksi penawaran dalam beberapa periode /tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

<b>Tahun</b>	<b>Perkiraan penawaran (porsi)</b>
2018	11.000
2019	12.960
2020	14.400

**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)

Gambar 1 Koin Pisang Nugget



Gambar 2 Logo Koin Pisang Nugget



### 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 serta penjualan beralamat di Jl Pemuda III, Rawamangun, Jakarta Timur. Adapun lokasi penjualannya di tempat-tempat keramaian dan dekat dengan kampus.

### 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)

➤ Tabel 4 daftar harga

Produk	Harga
Koin Pisang Nugget Oreo	Rp. 13.000

### 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, pemberian brosur kepada orang sekitar sehingga orang yang menerima brosur mengetahui produk yang kami jual serta juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Line sebagai media promosi.

#### b. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi *public realtion* yang digunakan koin pisang nugget 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, 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 Koin Pisang Nugget adalah dengan cara menjual langsung kepada kerabat, keluarga, dan teman sekitar

#### d. Event

Koin Pisang Nugget akan mengikuti *event – event* yang ada di Universitas Negeri Jakarta seperti bazaar, pameran, dan pesta kuliner agar dapat memperkenalkan produk koin pisang nugget ke masyarakat khususnya kota Jakarta.

### 3.4. Analisis Strategi

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Koin Pisang Nugget. 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 Bahan baku yang digunakan berkualitas dan sehat
- 3.2 Lokasi yang strategis dekat dengan kampus dan sekolah-sekolah
- 3.3 Memiliki tekstur yang lembut di lidah
- 3.4 Memiliki bentuk dan isi yang unik dan berbeda

#### 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. Produk jepang tidak tahan lama
2. Orang belum memiliki informasi tentang Koin Pisang Nugget dan apa itu Koin Pisang Nugget
3. Belum memiliki cabang
4. Ketidakberagaman produk dari segi bahan baku karena hanya menggunakan satu bahan baku

#### c. Opportunities (Peluang)

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

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

#### 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).

- a. Adanya pesaing-pesaing yang dapat menarik perhatian konsumen

- b. Harga dari pisang tersebut dapat meningkat yang mengakibatkan beban meningkat pula

#### **4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN**

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

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Koin Pisang Nugget
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Timur
- d. Nama Pemilik : Ratih Pratiwi Putri
- e. Alamat : Jalan Pemuda III, Rawamangun, Jakarta Timur
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : [koinpisangnugget@gmail.com](mailto:koinpisangnugget@gmail.com)
- h. No. Telp : 08151234567

##### **4.2. Perijinan**

Kegiatan usaha selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha dan izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan kegiatannya. Dengan izin usaha dapat berdiri dan diakui keberadaannya. Perijinan yang dibutuhkan adalah SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).

##### **4.3. Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan**

Kegiatan praoperasional adalah kegiatan yang dilakukan sebelum jalanya sebuah usaha. Kami 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.

#### **5. ASPEK PRODUKSI**

##### **5.1. Jenis Produk**

Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah olahan nugget dari pisang

##### **5.2. Pemilihan Lokasi**

Pemilihan lokasi yang akan dipilih oleh Koin Pisang Nugget berlokasi di jalan pemuda III, Rawamangun, Jakarta Timur, kami memilih lokasi ini karena dekat dengan kampus UNJ, Labschool, Kampus Ibnu Kaldun, dll. Sehingga dengan dekat beberapa sekolah dan kampus akan menarik perhatian para pelajar dan mahasiswa untuk membeli produk.

##### **5.3. Rencana Tata Layout**

Stand kecil digunakan sebagai tempat untuk berjualan yang akan mempermudah kami baik untuk memproduksi maupun menjual produk kami. Dengan desain toko yang mengikuti trend akan menarik atau mendorong para mahasiswa dan siswa untuk datang ke toko.

##### **5.4. Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan**

###### **1. Bahan yang Dibutuhkan**

- **Tabel 6 Bahan baku untuk koin pisang nugget**



## 6.2. Tabel 5. Kebutuhan Modal Kerja

	Keterangan	Unit	Harga /unit	Jumlah
1.	Peralatan masak	1	Rp 250.000	Rp 250.000
	- Kompor gas	2	Rp 120.000	Rp 240.000
	- Tabung lpg 3kg	1	Rp 15.000	Rp 15.000
	- Spatula	1	Rp 600	Rp 60.000
	- Kualii	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Penjepit	1	Rp 10.000	Rp 10.000
	- Saringan minyak	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Blender	1	Rp 400.000	Rp 400.000
	- Pemanggang	1	Rp 150.000	Rp 150.000
	- Panci besar	1	Rp 65.000	Rp 65.000
	- Panci kecil	2	Rp 15.000	Rp 30.000
	- Pisau	1	Rp 20.000	Rp 20.000
	- Talenan			
2.	Cetak			
	- Brosur	100	Rp 500	Rp 50.000
	- Poster	4	Rp 12.500	Rp 50.000
			12.500	
<b>Jumlah Modal Investasi</b>				<b>Rp 1.365.000</b>

Kebutuhan sumber daya modal investasi Koin Pisang Nugget meliputi barang – barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan Koin Pisang Nugget dengan modal investasi sebesar Rp **1.365.000,-**

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

a. Tabel 6. Bahan Baku Pokok

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Pisang	6 Sisir	Rp 30.000
2	Telur	6 butir	Rp 7.000
3	Gula	¼ kg	Rp 3.300
4	Terigu	¼ kg	Rp 4.500
5	Tepung roti	2 bungkus	Rp 16.000
		<b>Total Perhari</b>	<b>Rp 60.800</b>
		<b>Total Perbulan</b>	<b>Rp 1.824.000</b>
		<b>Total Pertahun</b>	<b>Rp 21.888.000</b>

b. Tabel 7. Bahan Tambahan

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Oreo	10 bngks	Rp 15.000
2	Mentega	1 Bungkus	Rp 3.500
		<b>Total Perhari</b>	<b>Rp 18.500</b>
		<b>Total Perbulan</b>	<b>Rp 555.000</b>
		<b>Total Pertahun</b>	<b>Rp 6.660.000</b>

# Tabung gas LPJ 3 kg (1 tahun):  $48 \times \text{Rp } 15.000 = \text{Rp } 720.000$

2019:  $26.640.000 + 9.360.000$

2020:  $26.640.000 + 10.044.000$

Kebutuhan modal kerja adalah **Rp 29.268.000** selama setahun yang didapat dari Jumlah Bahan Pokok dan Bahan Tambahan yang dibutuhkan, dengan seluruh bahan yang dibutuhkan dapat menghasilkan sebanyak 10.800 porsi selama setahun atau tahun 2018. Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu.

**Tabel 8. Biaya Operasioanal dan Gaji Karyawan Koin Pisang Nugget**

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Gaji Karyawan	2	Rp 1.500.000
2	Biaya Sewa Tempat Berjualan	Per Bulan	Rp 50.000
<b>Total Beban Operasional Per Bulan</b>			<b>Rp 1.550.000</b>
<b>Total Beban Operasional Per Tahun</b>			<b>Rp 18.600.000</b>

Kebutuhan untuk Biaya Operasioanal Koin Pisang Nugget sebesar **Rp 18.600.000** selama setahun atau tahun 2018.

#### 6.4 Analisis Kelayakan Usaha

**Tabel 9. Estimasi Aliran Kas Koin Pisang Nugget per Tahun**

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Pendapatan	Rp 132.000.000	Rp 156.000.000	Rp 180.000.000
<b>Penjualan</b>			
Modal Investasi	Rp 10.000.000		
<b>Biaya Tetap</b>			
Biaya Gaji Karyawan	Rp 18.000.000	Rp 21.600.000	Rp 25.200.000
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp 19.000.000</b>	<b>Rp 22.600.000</b>	<b>Rp 26.200.000</b>
<b>Biaya Variabel</b>			
Biaya Bahan Baku	Rp 28.548.000	Rp 30.013.200	Rp 36.684.000
Biaya Gas	Rp 720.000	Rp 792.000	Rp 864.000
Biaya Sewa	Rp 1.056.000	Rp 1.320.000	Rp 1.584.000
Biaya Transportasi	Rp 5.148.000	Rp 5.348.000	Rp 5.544.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp 35.472.000</b>	<b>Rp 37.473.200</b>	<b>Rp 44.676.000</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>Rp 54.472.000</b>	<b>Rp 60.073.200</b>	<b>Rp 70.876.000</b>
Arus Kas Sebelum Pajak (EBT)	Rp 77.528.000	Rp 95.926.800	Rp 109.124.000
Pajak 1%	Rp 1.320.000	Rp 1.560.000	Rp 1.800.000
Arus Kas Bersih Setelah Pajak (EAT)	Rp 76.208.000	Rp 94.366.800	Rp 170.324.000
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Kas Bersih	Rp 77.208.000	Rp 95.366.800	Rp 171.324.000
Investasi	Rp 10.000.000	<b>Rp 141.477.800</b>	<b>Rp 196.543.710</b>
Kas	Rp 87.208.000	<b>Rp 196.543.710</b>	<b>Rp 262.304.093</b>
Diskon Faktor	0,909	<b>0,8264</b>	<b>0,7513</b>
PV Kas Bersih	<b>Rp 40.325.785</b>	<b>Rp 45.506.468</b>	<b>Rp 49.405.775</b>

### 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.

$$PP = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Arus kas bersih per tahun}}$$

$$\text{Jumlah Investasi} = \text{Rp } 97.115.000$$

$$\text{Arus kas tahun per-1} = \frac{\text{Rp } 44.362.800 - \text{Rp. } 52.752.200}{}$$

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

$$PP = \frac{52.752.200}{55.065.910} \times 12 = 11,4 \text{ tahun}$$

Pada perhitungan diatas dapat diketahui *Payback Periode* pada Pempek Beranak 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.

$$NPV = \frac{\text{PV kas bersih 1}}{(1 + r)^1} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1 + r)^2} + \frac{\text{PV kas bersih 3}}{(1 + r)^3} - \text{Investasi}$$

$$\text{Total PV kas bersih} = \text{Rp } 40.325.785 + \text{Rp } 45.506.468 + \text{Rp. } 49.405.775 = \text{Rp } 135.238.029$$

$$\begin{aligned} NPV &= \text{Total PV kas Bersih} - \text{Investasi} \\ &= \text{Rp } 135.238.029 - \text{Rp. } 97.115.000 \\ &= \text{Rp } 38.123.029 \end{aligned}$$

Hasil NPV dari Pempek Beranak sebesar **Rp 38.123.029** yang mempunyai nilai positif. Maka investasi Pempek Beranak layak atau dapat diterima.

**6.6 Analisa Keuangan**  
**6.6.1 BEP dalam Unit**

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

- Tahun 2018:
  - Pempek Beranak : 8448 porsi
- Tahun 2019:
  - Pempek Beranak : 8.976 porsi
- Tahun 2020:
  - Pempek Beranak : 9.504 porsi

#### 6.6.2 BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018:
  - Pempek Beranak : Rp 126.720.000
- Tahun 2019:
  - Pempek Beranak : Rp 142.560.000
- Tahun 2020:
  - Pempek Beranak : 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 10. Laporan Laba/Rugi Pempek Beranak :**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
<b>Pendapatan</b>	Rp 126.720.000	Rp 142.560.000	Rp 158.400.000
<b>Biaya-Biaya</b>			
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
<b>Laba Bersih Setelah Pajak</b>	<b>Rp 43.362.800</b>	<b>Rp 54.065.910</b>	<b>Rp 64.760.383</b>

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 11. Laporan Perubahan Modal**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
Modal Awal	Rp 97.115.000	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710
Laba Bersih	Rp 43.362.800	Rp 54.065.910	Rp 64.760.383
<b>Modal Akhir</b>	<b>Rp 140.477.800</b>	<b>Rp 194.543.710</b>	<b>Rp 259.304.093</b>

Laporan perubahan modal Pempek Beranak 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 12. Laporan Neraca Pempek Beranak**

<b>Aktiva</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Kas	<b>Rp 141.477.800</b>	<b>Rp 196.543.710</b>	<b>Rp 262.304.093</b>
Kendaraan	Rp 15.000.000	Rp 14.000.000	Rp 13.000.000
Depresiasi	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Nilai Bersih Perlatan	Rp 14.000.000	Rp 13.000.000	Rp 12.000.000
Perlengkapan	Rp 1.025.000	Rp 1.025.000	Rp 1.025.000
<b>Total Aktiva</b>	<b>Rp 140.477.800</b>	<b>Rp 194.543.710</b>	<b>Rp 259.304.093</b>
<b>Passiva</b>			
Hutang	0	0	0
Modal	Rp 140.477.800	Rp 194.543.710	Rp 259.304.093
<b>Total Passiva</b>	<b>Rp 140.477.800</b>	<b>Rp 194.543.710</b>	<b>Rp 259.304.093</b>

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 pempek 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.
- \_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Steven Yuniarto Surya. (2014). *Laporan Perencanaan Bisnis Pempek Kampus*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Lima. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Warsono. (2001). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Tiga. Cetakan Pertama. Jilid Satu. Malang: Bayu Media.