

**BUSINESS PLAN**  
***LANTING COKELAT***

**Dosen Pengampu : Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus**



*Building  
Future  
Leaders*

**Disusun Oleh**  
**Ulvita Nugraemi**  
**8105162305**

**PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**2018**

## LANTING COKELAT

(Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Makanan Khas Daerah (Lanting))

Ulvita Nugraemi

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

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

### Abstrak

Lanting coklat adalah sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual lanting khas Kebumen tetapi dengan nama dan tampilan yang lebih unik serta sedikit modifikasi rasa .

Bisnis ini merupakan bisnis rumahan yang dijual dengan harga terjangkau dan bahan baku yang mudah di dapatkan.Promosi Lanting coklat ini dilakukan melalui instagram, 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 : Lanting Coklat, Lanting unik.

### *Abstract*

*Lanting coklat is a culinary business that produces and sells distinctive Kebumen lanting but with a more unique name and look and little flavor modification. This business is a home business that is sold at affordable prices and raw materials are easy to get. Lanting coklat is done via instagram,Whatsapp and posters as advertising media. Based on the results of the analysis, the business is eligible to run.*

*Keyword :Lanting Coklat, Unique Lanting.*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang berdirinya usaha**

Singkong adalah salah satu tanaman yang mudah dibudidayakan dan tumbuh subur di lingkungan rumah saya. Singkong juga merupakan makanan yang sering dikonsumsi sebagai camilan, biasanya orang mengolahnya dengan hanya mengukus atau digoreng. Karena mengandung karbohidrat inilah kenapa banyak orang yang menyukainya. Singkong mempunyai beberapa manfaat untuk kesehatan yaitu obat untuk rematik, sakit kepala, demam, luka, diare, cacingan, disentri, dan lain-lain. Singkong ini merupakan umbi-umbian yang tidak tahan lama dalam penyimpanannya. Oleh karena itu bisnis kuliner ini dijadikan sebagai alternatif agar singkong dapat lebih dimanfaatkan.

Termasuk rencana bisnis ini, melihat minat masyarakat yang tidak ada habisnya terhadap cemilan lanting. Saya membuat inovasi baru dari lanting yaitu dengan rasa baru yang mencampurkan bahan-bahan lanting dengan sayuran ataupun rasa manis seperti coklat. Karena coklat juga merupakan varian rasa yang cukup digemari dalam dunia cemilan.

Dengan memproduksi cemilan yang lezat juga bergizi dengan harga terjangkau diharapkan lanting ini dapat menjadi makanan tradisional yang tidak kalah eksistensi dengan cemilan-cemilan kekinian yang cukup populer dan dapat menjadi makanan tradisional Indonesia yang bisa dinikmati oleh masyarakat. Melihat potensi tersebut, memungkinkan untuk mengembangkan usaha sederhana ini menjadi besar.

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

#### **a. Visi**

Melestarikan makanan khas yaitu lanting agar semakin dicintai seluruh masyarakat penikmat lanting. Memperkenalkan produk

lanting dengan rasa baru yang mampu menjadi makanan yang berkualitas, menarik dan diterima oleh kalangan masyarakat sebagai makanan cepat saji atau cemilan.

#### **b. Misi**

- 1) Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap lanting.
- 2) Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk lanting.
- 3) Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.

#### **c. Tujuan Usaha**

1. Dengan terus melakukan inovasi yang baik secara berkelanjutan, diharapkan lanting dapat menjadi salah satu bangkitnya industri kreatif kuliner di daerah asalnya.
2. Dapat membantu para petani yang menanam singkong.
3. Memasarkan produk hasil olahan kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen

## **2. Gambaran Usaha**

Lanting coklat merupakan usaha *home industry* yang berlokasi di daerah Kebumen. Penjualan produk lanting ini menggunakan pemasaran dan promosi yaitu media *online* dan *offline* dan brosur guna untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini. Keunikan dan keunggulan usaha ini yaitu menggunakan bahan tamahan berupa sayuran dengan variasi rasa baru pilihan untuk menghasilkan rasa yang lezat, memiliki cita rasa yang khas, harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan kualitas dari lanting ini sangat terjamin, karena dalam proses pembuatannya diutamakan kebersihan dan untuk kesehatan.

## **3. Segmentasi Pasar**

### **3.1 Segment Pasar, Target Pasar, Positioning**

#### **a. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula

(Purwana & Hidayat & Hidayat, 2016)

- Segmentasi berdasarkan demografis, yaitu laki-laki dan perempuan, semua umur

(kecuali balita).

- Segmentasi berdasarkan geografis, yaitu masyarakat di jalan Rawamangun muka, Jakarta timur.

**b. Sasaran Pasar**

Pasar sasaran yaitu menentukan beberapa segmen yang layak karena dianggap

paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi kearifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani (Purwana & Hidayat, 2016). Usaha lanting coklat ini menargetkan laki-laki dan perempuan dari anak-anak hingga orang dewasa.

**c. Positioning**

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen (Purwana & Hidayat, 2016). Lanting coklat ini berinovasi dengan memiliki cita rasa yang khas yang berasal dari bubuk coklat pilihan yang berbeda dengan pesaing lain.

**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	Perkiraan permintaan perbulan	Perkiraan permintaan pertahun
Baik	20	600	7200
Sedang	15	450	5400
Buruk	10	300	3600

**b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk**

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

Tabel 2. Jumlah penawaran produk pesaing

Nama pesaing	Penawaran perbulan
Saleh Pisang	1500
Biskuit	1000
Snack lainnya	1200
Total	3700

### 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 Lanting Cokelat. Lanting Cokelat ini dibuat dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan pilihan. Untuk kemasan, lanting dikemas menggunakan kemasan yang bisa ditutup kembali yaitu. Kemasan 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 Desa Grenggeng Rt 02/05 Kec. Karanganyar Kab. Kebumen . Adapun lokasi penjualan Lanting Cokelat akan berjualan di rumah pribadi atau 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. Lanting Cokelat memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Lanting Cokelat memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 10.000,- per bungkus

### **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 realtion yang digunakan Lanting Cokelat 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 Lanting Cokelat yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga teman dan masyarakat disekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Lanting Cokelat yaitu dengan memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa *beli 3 porsi gratis 1 bungkus* guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak atau grosir.

e. Penyaluran

Lokasi bisnis Lanting Cokelat ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Kebumen.

### 3.4. Analisis Strategi

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

**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

Lanting Cokelat memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.

3.2 Ukuran



Lanting Cokelat memiliki ukuran yang unik yaitu ukurannya sedikit lebih besar dibandingkan lanting biasa.

### 3.3 Desain Kemasan

Lanting Cokelat akan dibungkus dengan pembungkus yang mudah untuk disimpan kembali.

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

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

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

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

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

- a. Dukungan pemerintah terhadap pelestarian usaha makanan tradisional khas daerah.
- b. Kondisi ekonomi makro Indonesia yang mulai membaik.
- c. Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai lanting.
- d. Meskipun permintaan masyarakat terhadap lanting fluktuatif, pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap lanting sangat tinggi, misalnya untuk keperluan 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).

- a. Ancaman kami adalah adanya pesaing yang menjual lanting 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 rasa.
- b. 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 : Lanting Cokelat
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Kebumen
- d. Nama Pemilik : Ulvita Nugraemi
- e. Alamat : Desa Grenggeng RT 02 RW 05 Kec. Karanganyar  
Kab.Kebumen
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : [lantingcokelat@gmail.com](mailto:lantingcokelat@gmail.com)
- h. No. Telp : 089619113932

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

Untuk perizinan usaha, Lanting Cokelat hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Lanting Cokelat 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 Lanting Cokelat 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 Pemilihan Lokasi Usaha**

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh Lanting Cokelat yaitu berada di Desa Grenggeng RT 02 RW 05 Kec.Karanganyar Kab. Kebumen. Pemilihan lokasi ini karena jalan tersebut merupakan lokasi yang strategis dan mudah dikunjungi oleh para konsumen, dan lokasi berdekatan dengan jalan utama , Rahayu boutique dan Warung sate Pak Samsuri.

### **5.2 Proses Produksi**

Proses produksi Lanting coklat yang digunakan oleh Lanting Cokelat yaitu:

1. Siapkan alat-alat dan bahan-bahan untuk membuat Lanting coklat yaitu singkong gula halus, bubuk coklat, garam secukupnya, minyak goreng.
2. Haluskan semua bumbu menjadi satu, lalu sisihkan
3. Kupas singkong kemudian bersihkan dari kotorannya lalu rendam selama kurang lebih 1 jam, setelah itu kukus singkong yang sudah bersih selama 1 jam, angkat, haluskan.
4. Setelah itu campurkan singkong yang sudah dihaluskan dengan bumbu lanting yang sudah dihaluskan tadi, kemudian uleni sampai rata.
5. Ambil sedikit adonan kemudian pilin menjadi bentuk tali, jika ada cetak menggunakan mesin giling untuk membentuknya agar lebih praktis. Setelah itu bentuk menjadi angka delapan atau bulat kecil.
6. Jika sudah jemur lanting dibawah sinar matahari hingga kering ( selama 1 hari jika tidak hujan).
7. Terakhir goreng lanting dengan minyak goreng sampai matang, dan setelah dingin taburi dengan coklat bubuk.

### **5.3 Tenaga Produksi**

Tenaga produksi merupakan peranan penting dalam membantu proses pembuatan keripik pisangcoklat. Usaha Lanting Cokelat memiliki tenaga produksi dimana mereka merupakan pemilik dari usaha ini.

## 5.4 Mesin dan Peralatan

Tabel 3. Kebutuhan Mesin dan peralatan

No.	Mesin dan Peralatan	No.	Mesin dan Peralatan
1	Kuali/Penggorengan	7	Baskom besar 2
2	Saringan minyak	8	Baskom sedang 2
3	Kompur gas	9	Panci besar
4	Tabung Gas LPG 3Kg	10	Panci kecil
5	Spatula	11	Talenan
6	Spatula	12.	Plastik Klip

## 5.5 Tanah, Gedung dan Perlengkapan

Kegiatan usaha dan proses produksi Lanting Cokelatklat dilakukan di tempat yang sama agar tidak memerlukan biaya sewa yaitu di Desa Grenggeng RT 02 RW 05 Kec.Karanganyar Kab. Kebumen dengan dengan jalan utama memudahkan distribusi penjualan ke konsumen yang lebih menargetkan ke usia 10-35 tahun yang lewat.

## 6. Aspek Keuangan

### 6.1 Sumber Pendanaan

Modal merupakan dana yang sangat dibutuhkan untuk membiayai operasi bisnis. Dalam memulai bisnis Lanting Ckelat ini membutuhkan modal awal sekitar Rp.1.000.000 yang mana diperoleh dari hasil penggabungan modal pendiri Lanting Cokelat

### 6.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

Tabel 5. Kebutuhan Modal Investasi Lanting Cokelat

No.	Peralatan	Unit	Harga Perunit	Total Harga
1.	Kompur	2	Rp. 200.000	Rp. 400.000
2	Wajan	2	Rp. 80.000	Rp. 160.000
3	Wadah atau baskom	4	Rp. 16.000	Rp. 64.000
4	Sutil	2	Rp. 10.000	Rp. 20.000
5	Tabung gas	2	Rp. 100.000	Rp 200.000

6	Panci	2	Rp. 50.000	Rp. 100.000
	Total			Rp. 944.000

Kebutuhan sumber daya modal investasi Lanting Cokelat meliputi barang-barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan Lanting Cokelat dengan modal investasi sebesar Rp. 944.000

Tabel 6. Peralatan Depresiasi Lanting Cokelat

Peralatan	Total	Harga total	Umur ekonomis	Depresiasi
Kompas	2	Rp. 400.000	3	Rp. 150.000
Wajan	2	Rp. 160.000	3	Rp. 60.000
Wadah baskom	4	Rp. 64.000	3	Rp. 24.000
Tabung gas	2	Rp. 200.000	3	Rp. 50.000
Panci	2	Rp. 100.000	3	Rp. 30.000
Total				Rp. 314.000

Lanting coklat menetapkan nilai ekonomis selama 3 tahun untuk masing-masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp 314.000

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Tabel 7 Perlengkapan Kantor Lanting Cokelat

Uraian	Unit	Harga (Rp)	Jumlah(Rp)
Kertas Nota	1	10.000	10.000
Kartu sticker	5 (1 box isi 100)	20.000	100.000
Stempel	1	30.000	30.000
Pena	1	15.000	15.000
Total		75.000	155.000

Sumber: Penulis, 2018

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Lanting Cokelat adalah sebesar Rp. 155.000 perbulan dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 1.860.000.

### Tabel 8 Kebutuhan Modal Kerja Lanting Cokelat

Kebutuhan modal kerja yang digunakan oleh usaha Lanting Cokelat untuk menjalankan kegiatan usaha perbulannya :

No.	Perlengkapan	Unit	Harga perunit	Toal
1	Singkong	20 kg	Rp. 15.000	Rp. 300.000
2	Coklat bubuk	6 kg	Rp. 40.000	Rp. 240.000
3	Minyak goreng	10 kg	Rp. 14.000	Rp. 140.000
4	Gula	5 kg	Rp. 12.000	Rp. 60.000
5	Plastik klip	10 pack	Rp. 12.000	Rp. 120.000
6	Gas 3kg	6	Rp. 20.000	Rp. 120.000
	Jumlah			Rp. 980.000
	Total pertahun			Rp. 11.760.000

Sumber: Penulis, 2018

Kebutuhan modal kerja untuk biaya menjalankan Lanting Cokelat selama sebulan atau sebanyak 510 buah produk membutuhkan biaya sebesar Rp. 980.000,- dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 11.760.000.

**Tabel 9 Biaya Operasional Lanting Cokelat**

Uraian	Jumlah perbulan (Rp)
Sewa tempat	300.000
Biaya listrik	50.000
Biaya Brosur	30.000
Biaya air	30.000
Kuota internet	80.000
Biaya transportasi	50.000
Total	540.000
Total pertahun	6.480.000

Sumber: Penulis, 2018

Biaya operasional Lanting Cokelat dalam sebulan adalah sebesar Rp 540.000 dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 6.480.000

**Tabel 10. Biaya gaji Lanting Cokelat**

Biaya gaji	Jumlah perbulan
Beban gaji	Rp. 2.000.000

Lanting Cokelat tidak merekrut tenaga kerja karyawan karena semua proses produksi dilakukan oleh pemilik dengan beban gaji pemilik sebesar Rp 2.000.000

## 6.4 Analisa Keuangan

### 6.4.1 BEP dalam Unit

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

- Tahun 2018:
- Lanting coklat :7200 porsi
- Tahun 2019:
- Lanting Cokelat : 7560 porsi
- Tahun 2020:
- Lanting Cokelat : 7920 porsi

#### 6.4.2 BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018:
- Lanting Cokelat : Rp 72.000.000
- Tahun 2019:
- Lanting Cokelat : Rp 75.600.000
- Tahun 2020:
- Lanting Cokelat : Rp 79.200.000

### 6.5 Laporan Keuangan

#### 6.5.1 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 Lanting Cokelat :  
Keterangan Tahun 2018 Tahun 2019 Tahun 2020**

	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
<b>Pendapatan</b>	<b>72.000.000</b>	<b>75.600.000</b>	<b>79.200.000</b>
Biaya Bahan baku	<b>11.760.000</b>	<b>12.348.000</b>	<b>12.936.000</b>
Biaya Gaji	<b>24.000.000</b>	<b>25.200.000</b>	<b>24.600.000</b>
Biaya Perlengkapan	<b>1.860.000</b>	<b>1.953.000</b>	<b>2.046.000</b>
Biaya Lain-lain	<b>6.480.000</b>	<b>6.804.000</b>	<b>7.128.000</b>
Biaya Depresiasi	<b>314.000</b>	<b>314.000</b>	<b>314.000</b>
<b>Total Biaya Operasi</b>	<b>44.414.000</b>	<b>46.619.000</b>	<b>47.024.000</b>
<b>Laba operasi</b>	<b>27.586.000</b>	<b>28.981.000</b>	<b>32.176.000</b>
<b>Pajak 1%</b>	<b>720.000</b>	<b>756.000</b>	<b>792.000</b>
<b>Laba setelah pajak (EAT)</b>	<b>26.866.000</b>	<b>28.225.000</b>	<b>31.384.000</b>

Penghasilan bersih Lanting Cokelat adalah **Rp 26.866.000** untuk tahun 2018, tahun 2019 sebesar **Rp 28.225.000** dan untuk tahun 2020 adalah **31.384.000**

## **7.PENUTUP**

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

## **DAFTAR PUSTAKA**

Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.