

TAHU WALIK PETIS IKAN KHAS BANYUWANGI

(Perencanaan Pendirian Usaha Tahu Walik di Sekitar Stasiun Pondok Cina, Depok)

Zakiyatul Afiyah

Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta

Email : afiyazakiya08@gmail.com

Abstrak

Tahu Walik merupakan tahu goreng yang telah dikeluarkan bagian dalamnya. Kemudian tahu tersebut di balik sehingga bagian dalam tahu berada di luar. Selanjutnya tahu akan diisi oleh olahan daging ayam dan tepung. Tahu walik merupakan industri yang berlokasi di kawasan Stasiun Pondok Cina, Depok. Produksi makanan ini menciptakan inovasi yang berbeda dengan menggunakan cita rasa khas daerah Banyuwangi. Pemasaran produk ini dilakukan melalui instagram, facebook, whatsapp sebagai media pengiklanan. Berdasarkan perkiraan, usaha ini sangat mudah dilaksanakan karena membutuhkan modal yang minimal dan menjanjikan keuntungan yang maksimal.

Kata Kunci : Tahu Walik, Khas Banyuwangi, Keuntungan

Abstract

Tahu Walik is fried tofu that has been removed inside. Then it is behind so that the inside tofu is outside. Furthermore, tofu will be filled by processed chicken and flour. Tahu walik is a industry located in the area of Pondok Cina Station, Depok. This food production creates different innovations by using the distinctive taste of Banyuwangi. Marketing of this product by using instagram, facebook, whatsapp as media of advertisement. Based on the estimates, this business is very easy to implement because it requires minimal capital and promises maximum benefits.

Keywords : Walik Tofu, Pondok Cina Station, Profit

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tahu yang terbuat dari endapan dari perasan biji kedelai, telah dikenal sejak zaman Dinasti Han 2200 tahun lalu. Tahu berasal dari Negara Tiongkok, kini sudah sangat terkenal di dunia. Tahu mulai dikenal sejak dibawa oleh para perantau Tiongkok ke seluruh penjuru dunia hingga menyebar ke Indonesia, makanan yang ditemukan oleh juru masak bernama Liu An tersebut kini juga telah akrab menjadi menu sehari-hari bagi masyarakat Indonesia.

Banyuwangi merupakan kabupaten terluas di Pulau Jawa yang kaya akan varian menu kuliner andalan nan unik, salah satunya adalah Tahu Walik. Jajanan asal Banyuwangi yang sedang populer ini mulai diburu oleh masyarakat luas di Indonesia yang ingin mencoba menu kuliner ini. Namanya yang mengandung kata unik "Walik", berarti terbalik, membuat setiap orang penasaran seperti apa bentuk dan rasa hidangan yang cocok dimakan sebagai lauk ketika makan nasi, atau hanya sebagai camilan ini.

Tahu Walik hampir sama dengan jajanan tahu bakso, yakni tahu yang dibelah kemudian dalamnya diisi dengan daging bakso. Namun kreasi masyarakat Banyuwangi membuat Tahu Walik tampil beda. Tahu yang telah dipotong hampir terpisah, kemudian kedua sisinya dibalik atau diputar sehingga bagian kulit tahu berada di dalam, dan bagian daging tahu berwarna keputihan berada di luar.

Termasuk rencana usaha ini, melihat minat masyarakat yang tidak ada habisnya terhadap cemilan tahu. Saya membuat inovasi baru yaitu dengan memproduksi Tahu Walik, yang memiliki lokasi pemasaran di Stasiun Pondok Cina, lokasi ini dipilih sebagai lokasi pemasaran dikarenakan letaknya yang strategis dan dekat dengan kampus Universitas Indonesia.

Implementasi usaha Tahu Walik yang lezat dan juga bergizi dengan harga terjangkau diharapkan dapat menjadi makanan tradisional yang tidak kalah eksis dengan makanan kekinian yang cukup populer. Selain itu Tahu Walik dapat menjadi makanan tradisional Indonesia yang dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Berdasarkan potensi tersebut, saya berkeinginan untuk mengembangkan usaha sederhana ini menjadi usaha yang berpotensi mendatangkan keuntungan maksimal.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Memperkenalkan produk makanan khas daerah Banyuwangi yaitu "Tahu Walik" sebagai makanan yang menarik dengan cita rasa uniknya dan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat Kota Depok sebagai camilan.

b. Misi

- 1) Menciptakan usaha wisata kuliner makanan khas Banyuwangi berupa Tahu Walik
- 2) Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap Tahu Walik .
- 3) Menjual produk dengan harga terjangkau dan mengedepankan kualitas
- 4) Mengutamakan kebersihan dan kesehatan sehingga aman dan sehat untuk di konsumsi
- 5) Berdedikasi tinggi dalam pelayanan usaha sehingga konsumen dapat mencapai nilai kepuasannya.

c. Tujuan Usaha

- 1) Mencari keuntungan maksimal dengan modal yang minimal
- 2) Melestarikan dan memperkenalkan makanan khas tradisional Tahu Walik Banyuwangi, Jawa Timur
- 3) Memasarkan produk hasil olahan kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen

1.3 Aspek Pemasaran

Segment Pasar, Target Pasar, *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). Tahu Walik mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi yaitu sebagai berikut

- Segmentasi Tahu Walik dari sisi geografi adalah Tahu Walik ini akan dipasarkan di sekitar Stasiun Pondok Cina.
- Segmentasi demografi, Tahu Walik ini ditujukan kepada semua kalangan, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun lanjut usia. Namun lebih terfokus pada para mahasiswa.
- Segmentasi psikografis, Tahu Walik ini akan cocok dipasarkan kepada masyarakat khususnya mahasiswa yang suka mengkonsumsi makanan ringan namun nikmat dan mengenyangkan.

b. Sasaran Pasar

Sasaran Pasar yaitu menentukan beberapa segmen yang layak karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi kearifan setiap segmen, kemudian memiliki salah satu dari segmen

pasar atau lebih untuk dilayani (Purwana & Hidayat, 2016). Sasaran Pasar dari Tahu Walik ini adalah masyarakat luas khususnya yang berdomisili di Kota Depok.

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 Tahu Walik adalah harga yang diberikan cukup terjangkau, namun tetap mengedepankan kualitas dari Tahu Walik. Selain itu Tahu Walik juga menerima pesanan baik secara offline maupun online dengan melalui sosial media Whatsapp dan Instagram.

2. PERKIRAAN PERMINTAAN DAN PENAWARAN

2.1 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.

Permintaan	Perkiraan permintaan perhari (porsi)	Perkiraan permintaan perbulan (porsi)	Perkiraan permintaan pertahun (porsi)
Baik	100	3000	36000
Sedang	75	2250	27000
Buruk	50	1500	18000

2.2 Perkiraan Penawaran Terhadap Produk

Penawaran adalah kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu. Penawaran tersebut bertujuan untuk memperkirakan jumlah penawaran dari pesaing usaha Tahu Walik. Setelah melakukan survey di daerah Stasiun Pondok Cina maka didapatkan hasil yaitu belum adanya usaha yang sejenis, sehingga usaha ini berpeluang untuk dikembangkan.

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.

3.1. *Product* (produk)



Pembuatan Tahu Walik ini merupakan inovasi baru dalam berusaha di Kota Depok. Meskipun produksi tahu bakso sudah banyak dipasarkan, namun Tahu Walik ini akan menambahkan petis ikan khas Banyuwangi sebagai sausnya, hal ini sangat memungkinkan untuk menarik minat masyarakat untuk membeli produk ini. Produk ini akan dikemas dengan rapi menggunakan mika plastik agar lebih higienis. Pada kemasan juga terdapat logo dan no kontak agar memudahkan konsumen dalam pemesanan Tahu Walik. Adapun untuk sambalnya akan dikemas menggunakan gelas plastik mini.

3. 2. *Price* (harga)

Harga produk Tahu Walik relatif terjangkau, saya menjual dengan harga yang sesuai dengan kalangan menengah maupun menengah ke bawah. Tahu Walik menawarkan harga sebesar adalah Rp 12.000 per porsi. Satu porsi Tahu Walik yang dikemas dalam bungkus plastik mika berisi 6 biji. Setiap pembelian diatas 10 porsi akan mendapatkan potongan 5% dari total pembelian Tahu Walik. Hal ini dilakukan untuk menarik minat beli konsumen.

3. 3. *Promotion* (Promosi)

a. Periklanan

Promosi yang dilakukan guna mengenalkan produk Tahu Walik di Kota Depok yaitu dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat dan juga melalui media sosial seperti Instagram dan Whatsapp.

b. Personal Selling

Untuk mempromosikan Tahu Walik kepada konsumen yang ada di Kota Depok, Tahu Walik melakukan berbagai macam cara. Salah satunya dengan cara WOM atau *Word of Mouth*. Promosi dengan WOM ini merupakan cara promosi dengan penyampaian suatu informasi atau berita melalui dari satu mulut ke mulut. Dengan media WOM ini akan mampu dapat menyebarkan informasi secara lebih cepat dan praktis.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Tahu Walik yaitu dengan memberikan promo berupa potongan harga atau diskon ketika minggu pertama saat pembukaan awal usaha, yaitu berupa beli 4 porsi gratis 1 porsi. Hal ini merupakan strategi untuk menarik daya beli konsumen.

3. 4 Placement

Lokasi penjualan Tahu Walik akan dilakukan di sekitar Stasiun Pondok Cina, Kota Depok. Pemilihan lokasi ini dikarenakan tempatnya yang sangat strategis dan terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu Stasiun ini sangat dekat dengan kampus Universitas Indonesia, hal ini memudahkan pencarian sasaran pasar utama yaitu mahasiswa. Kalangan mahasiswa biasanya memiliki tingkat jajan yang cukup tinggi dan menyukai cemilan yang dimakan dengan sambal seperti Tahu Walik yang dibumbui sambal petis ikan ini.

4. SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Treath*)

4.1 Kekuatan (*Strength*)

- a. Bahan baku Tahu Walik ini mudah didapatkan di pasar yang ada di Kota Depok
- b. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau khususnya untuk mahasiswa
- c. Tempat penjualan produk yang higienis dan strategis dengan sasaran pembeli
- d. Tahu Walik memiliki rasa yang berbeda dengan tahu bakso lainnya karena dibumbui petis ikan khas Banyuwangi
- e. Pelayanan yang ramah dan baik terhadap pembeli atau konsumen

4. 2 Kelemahan (*Weakness*)

- a. Produk tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
- b. Pengolahan masih dengan cara tradisional
- c. Harga bahan baku yang tidak menentu
- d. Permintaan konsumen yang fluktuatif

4.3 Peluang (*Opportunities*)

- a. Kondisi masyarakat maupun mahasiswa yang semakin konsumtif terhadap cemilan sehingga mempercepat penjualan Tahu Walik
- b. Tingginya permintaan konsumen akan makanan dengan cita rasa khas daerah dengan harga terjangkau
- c. Semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini

4.4 Ancaman (*Threat*)

- a. Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen.
- b. Produk yang mudah ditiru
- c. Naiknya harga bahan baku secara tiba tiba

5. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

5.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang bertalian dengan kebijaksanaan, prosedur, dan praktik bagaimana mengelola dan mengatur orang dalam perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan. Struktur Organisasi yaitu :

- a. Nama Usaha : Tahu Walik
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Jenis usaha : Kuliner
- d. Lokasi : Stasiun Pondok Cina
- e. Nama Pemilik : Zakiyatul Afiyah
- f. Alamat : Jalan Pitara Raya gang Kemang RT 05 RW 19, Pancoran Mas, Depok.
- g. Status pemilik : Pemilik Usaha
- h. No Telp : 085790383730

5.2 Perizinan

Untuk menjalankan usaha Tahu Walik, perizinan sangat diperlukan dalam kelancaran usaha. Jika tidak memiliki perizinan, maka dapat dikatakan bahwa bisnis tersebut ilegal. Usaha Tahu Walik akan membutuhkan perizinan dari pemerintah pusat, yaitu SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), serta sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

5.3 Kegiatan Pra Oprasi dan Jadwal Pelaksanaan

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.

6. PROSES PRODUKSI

Lokasi produksi Tahu Walik akan dilakukan di sekitar Stasiun Pondok Cina. Lokasi ini dipilih, karena lokasinya yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Di samping itu lokasi ini pun dekat dengan pasar.

6.1 Proses Produksi

Bahan:

1. 500 gram tapioca
2. 300 gram terigu
3. ½ kilogram daging ayam atau daging sapi
4. 5 siung bawang putih
5. 1 sendok teh merica
6. 1 ikat daun bawang
7. Garam secukupnya
8. Merica bubuk secukupnya
9. 1 bungkus kaldu ayam bubuk
10. Tahu yang sudah digoreng

Cara membuat

Adonan isi:

1. Haluskan bawang putih dan merica. Cincang ayam atau daging sapi lalu blender. Masukkan bumbu halus, garam, merica bubuk, kaldu bubuk, dan daun bawang ke dalam ayam atau daging, lalu aduk rata.
2. Perlahan masukkan tepung tapioka dan terigu secara bergantian. Aduk rata sampai jadi adonan yang bisa dipulung dengan sendok.
3. Tahu goreng potong serong lalu balik perlahan bagian luar (warna kecoklatan) menjadi di dalam.
4. Setelah tahu dibalik semua, masukkan adonan ayam atau daging ke dalam lekukan. Goreng tenggelam di minyak banyak dan panas. Jangan lupa atur besar kecil api agar dalamnya tahu matang.
5. Sajikan dengan cocolan bumbu saus tomat, sambal, atau sambal petis ikan.

Resep

Bahan:

1. Air 3 liter
2. Satu ekor ikan tongkol
3. Gula merah 2 kilogram
4. Garam secukupnya
5. Gula pasir secukupnya
6. Cabai rawit sesuai selera

Cara membuat

Rebus ikan tongkol hingga matang, ambil air rebusannya yang telah mendidih. Lalu masukkan ke panci bersama gula merah. Rebus lagi sampai gula merah cair. Setelah itu haluskan gula pasir, garam, cabai kecil, dan sedikit air. Kemudian campur dengan rebusan air ikan gula merah

6.2 Mesin dan Peralatan

Material	Justifikasi pemakaian
Freezer	Sebagai tempat menaruh bahan produksi
Wajan	Sebagai alat untuk menggoreng tahu
Pisau	Untuk memotong bahan
Wadah	Alat untuk meletakkan tahu setelah digoreng
Baskom	Sebagai alat untuk mengolah bahan produksi
Spatula dan Capitan	Alat untuk mempermudah ketika menggoreng tahu

6.3 Tanah, Gedung dan Perlengkapannya

Untuk melakukan usaha penjualan ini, Tahu Walik akan menggunakan lokasi yang ada di salah satu daerah di Depok yaitu sekitar Stasiun Pondok Cina. Pada lokasi penjualan akan dibuat 1 bangunan yang akan digunakan sebagai tempat produksi sekaligus sebagai tempat penjualan. Hal ini dilakukan dengan cara menyewa.

7. ASPEK KEUANGAN

7.1 Sumber Pendanaan

Uraian	Jumlah
Modal Sendiri	Rp. 16.000.000
Orang Tua	Rp. 13.000.000
Total	Rp. 29.000.000

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa total modal yang dibutuhkan oleh Tahu Walik adalah sebesar Rp.29.000.000 berdasarkan dari total pengeluaran modal investasi, modal kerja, dan modal operasional Tahu Walik selama satu tahun.

7.2 Kebutuhan Modal Kerja

Bahan	Jumlah	Biaya
Tepung Tapioka	2500 gram	40.000
Terigu	1500 gram	13.000
Daging ayam	5 kg	180.000
Bawang Putih	50 siung	35.000
Merica	10 bungkus	15.000
Daun bawang	20 helai	10.000
Garam	10 bungkus	10.000
Tahu	250	80.000
Ikan tongkol	10 ekor	80.000
Gula merah	10 kg	130.000
Cabe rawit	3 kg	21.0000
Minyak goreng	10 liter	130.000
Total biaya		933.000

Keterangan diatas adalah untuk pembuatan 100 porsi. Jika satu hari memproduksi sebesar 100 porsi maka 933.000. Perbulan sebesar $933.000 \times 30 = 27.990.000$ Pertahun maka 335.880.000

7.3 Modal Peralatan Produksi

No	Alat	Harga Satuan	Banyak	Jumlah
1	Kompur Deep Fryer	650.000	2	1300.000
2	Freezer	1.500.000	1	1.500.000
3	Wajan	100.000	2	200.000
4	Baskom	15.000	3	45.000
5	Tabung Gas	80.000	3	240.000
6	Spatula	20.000	2	40.000
7	Wadah	15.000	4	60.000
8	Stepler	12.000	2	24.000

9	Pisau	15.000	2	30.000
10	Capitan	20.000	2	40.000
	Jumlah			3.479.000

Penyusutan modal peralatan produksi per bulan :

$$= \text{Rp. } 3.479.000 : 12 = \text{Rp. } 290.000$$

Penyusutan modal peraltan produksi per hari :

$$= \text{Rp. } 290.000 : 30 = \text{Rp. } 9700$$

Peralatan mempunyai nilai ekonomis 3 tahun dengan nilai residu 179.000

Berdasarkan perhitungan, Tahu Walik mengalami depresiasi sebesar Rp 1100,000 per tahun atau 91.000 per bulan

7.4 Kesimpulan Biaya yang Dikeluarkan

No	Keterangan	Harga
1	Biaya Tetap	Rp 3.479.000
2	Biaya Variabel	Rp 933.000
Total		Rp 4.412.000

Total modal yang dikeluarkan saat pertama kali produksi adalah sebesar Rp. 4.412.000,

7.5 Biaya yang Dikeluarkan Per Bulan

Keluar/Bulan	30 Hari	Total
Tetap		Rp.165.000
Variabel	933.000	Rp.27.990.000
Biaya Produksi		Rp.28.155.000

7.6 Perhitungan Keuntungan

No	Produksi	Jumlah
1	Jumlah Tahu Walik/ hari	100 porsi/hari
2	Jumlah Tahu Walik/bulan	3000 porsi/perbulan

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan modal per hari dikali dengan 30 hari kerja dapat menghasilkan 600 porsi Tahu Walik per bulan dan dengan biaya yang dikeluarkan perbulan sebesar Rp. 28.155.000,-

Harga pokok tiap unit = Biaya Keluar/ Hasil Produksi

$$= 28.155.000/3000 = 9700 \text{ per porsi}$$

Persentase	35 %	45 %	55 %	65 %	75 %
Hpp	Rp. 9.700	Rp. 9.700	Rp. 9.700	Rp. 9.700	Rp. 9.700
Keuntungan Margin	Rp. 3395	Rp.4365	Rp.5335	Rp.6305	Rp.7275
Harga jual yang diambil	Rp.12.000				

Keuntungan dengan margin 35% x Rp. 9400 /porsi = Rp. 3395

Harga jual adalah = Rp. 12.000 /porsi

Pendapatan 30 hari = Rp. 12.000 x 3000 porsi = Rp. 36.000.000

7.6 Analisis Laporan Keuangan

Pendapatan :

Penjualan (Rp. 12.000 x 3000 porsi) = Rp. 36.000.000

Pengeluaran :

Biaya produksi (Rp. 28.155.000)

Total pengeluaran/ HPP =Rp. 28.155.000

Laba per bulan = Rp. 7.845.000

Laba yang dihasilkan dalam usaha ini per bulan adalah sebesar Rp. 7.845.000

Perhitungan presentase Rugi / Laba (per hari)

Jadi, berdasarkan laporan rugi laba, dapat dihitung presentase margin keuntungan dari -/porsi produk yaitu :

Hasil penjualan (harga jual x produksi/ hari) = Rp. 1200.000

Model (biaya variabel + biaya penyusutan /hari) = Rp. 936.000

Laba bersih /hari = Rp. 1200.000 – Rp. 936.000 = 264.000

Presentase laba =(264.000/936.000) x 100 % = 27.00% = 28%

7.7 Laporan Keuangan Akhir Bulan

Penjualan	Rp.36.000.000
Harga Pokok Penjualan	Rp. 28.155.000
Harga Bersih	Rp. 7.845.000

7.8 Biaya Peralatan Kantor Tahu Walik Per Tahun

Uraian	Unit	Harga per unit (Rp)	Jumlah (Rp)
Pena	2 kotak	Rp.12.500	Rp 25.000
Buku note	12 buah	Rp 6000	Rp 72.000
Nota kasir	6 buah	Rp 20.000	Rp 120.000
Total Biaya			Rp 220.000

7.9 Biaya Operasional Tahu Walik

Uraian	Jumlah Perbulan (Rp)
Sewa tempat	Rp. 1.000.000
Biaya listrik	Rp. 75.000
Biaya air	Rp. 75.000
Kuota Internet	Rp. 200.000
Total	Rp. 1.300.000
Total Pertahun	Rp. 15.600.000

Biaya operasional Tahu Walik dalam sebulan adalah sebesar Rp. 1.300.000 dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 15.600.000

8. ANALISIS KELAYAKAN USAHA

Estimasi Aliran Kas Tahu Walik Per Tahun Kas bersih Tahu Walik tahun 2019 adalah sebesar $Rp. 432.000.000 - (Rp.28.155.000 \times 12) (Rp.220.000 + 15.600.000)$
 $Rp. 432.000.000 - (Rp. 337.860.000 + Rp. 15.820.000) = Rp. 78.320.000$

8.1 *Payback Period*

Payback Period atau juga disebut periode yang diperlukan agar dapat menutup kembali seluruh pengeluaran investasi menggunakan arus kas bersih. $PP = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Arus Kas Bersih/tahun}}$ Jumlah Investasi = Rp. 29.000.000 Arus Kas Tahun ke-1 = Rp.78.320.000

8.2 *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.

$NPV = \frac{\text{Kas bersih}_1}{(1+r)^1} + \frac{\text{Kas bersih}_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas bersih}_n}{(1+r)^n} - \text{In}$. Hasil NPV dari Tahu Walik sebesar Rp.78.320.000 dan mempunyai bernilai positif, maka investasi Tahu Walik layak atau dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar
- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PTElex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. dkk. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. dkk. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Yekti Pambudhi, Prawestri dkk. 2017. *Pempek Beranak (Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Makanan Khas Daerah Pempek)*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Fenny P, Faidah. 2017. *Sate Ta'bo (Perencanaan Pendirian Usaha Sate Tahu Bakso)*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Baity Ramona, Erizka. 2017. *Piscoque Granat (Perencanaan Pendirian Usaha Pisang Coklat Bentuk Bulat)*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- <http://www.koran-jakarta.com/menikmati-tahu-walik-khas-banyuwangi/> diakses tanggal 29 Maret 2018
- <https://travel.kompas.com/read/2018/02/09/132800327/tahu-walik-sambel-petis-cara-unik-menikmati-tahu-di-banyuwangi> diakses tanggal 30 Maret 2018