

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Pembahasan Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Aspek Keuangan

Analisis kelayakan finansial atau analisis aspek keuangan usaha perlu dilakukan untuk membantu dalam mengembangkan usahanya. Dari analisis keuangan akan diperoleh informasi tentang kelayakan usaha, apabila layak maka dapat menjadi salah satu motivasi untuk mengembangkan usahanya dengan membuka usaha baru serta dapat menarik konsumen lebih banyak. Analisis kelayakan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan menghindari adanya keterlanjuran penanaman modal terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Kriteria yang digunakan dalam perhitungan dalam aspek keuangan ini adalah membandingkan *return* yang dihasilkan dengan *interest rate* yang berlaku.

Untuk menjalankan usaha ini diperlukan biaya-biaya yang diperlukan. Biaya-biaya tersebut antara lain biaya modal, biaya operasional, biaya lain-lain dan biaya produksi.

##### a. Biaya Modal dan Taksiran Umur Ekonomis

Biaya modal adalah biaya awal yang harus dikeluarkan untuk membeli peralatan yang digunakan untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Biaya-biaya tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1

## Rincian Biaya Peralatan

Uraian	Jumlah	Umur Ekonomis (Th)	Nilai Beli @	Nilai Beli (Rp)	Biaya tahun pertama	Biaya tahun selanjutnya
Tungku	15	1 tahun	5.000	75.000	75.000	75.000
Kaki Tungku	2	1 Tahun	20.000	40.000	40.000	40.000
Kompor (2 Tungku)	1	6 Tahun	400.000	400.000	400.000	-
Blender	2	6 bulan	370.000	1.480.000	246.667	246.667
Kulkas	2	6 Tahun	2.500.000	5.000.000	833.333	833.333
Meja Kasir	1	6 Tahun	100.000	100.000	100.000	-
Kursi Kasir	1	6 Tahun	100.000	100.000	100.000	-
Almari Kasir	1	6 Tahun	100.000	100.000	100.000	-
Meja	25	6 Tahun	50.000	1.250.000	208.333	208.333
Kursi	50	6 Tahun	50.000	2.500.000	416.667	416.667
Piring Plastik	10 dosin	6 Bulan	12.000	240.000	240.000	240.000
Garpu	10 dosin	6 Bulan	12.000	240.000	240.000	240.000
Pisau	10 dosin	6 Bulan	12.000	240.000	240.000	240.000
Panci Besar	1	1 Tahun	100.000	100.000	100.000	100.000
Bak Besar	2	1 Tahun	20.000	40.000	40.000	40.000
Toples Plastik	6	1 Tahun	3.000	18.000	18.000	18.000
Calculator	1	1 Tahun	50.000	50.000	50.000	50.000
No Order (Terbuat Dari Kayu)	50	6 Bulan	5.000	500.000	500.000	500.000
Kain Lap	3	1 tahun	6.000	18.000	18.000	18.000
Kipas Angin	2	1 tahun	150.000	300.000	300.000	300.000
Nampan	10	1 Tahun	8.000	80.000	80.000	80.000
Sapu	2	1 Tahun	8.000	16.000	16.000	16.000
<b>JUMLAH</b>				<b>12.887.000</b>	<b>4.362.000</b>	<b>3.662.000</b>

**b. Biaya Operasional**

Biaya operasional yang dikeluarkan dalam melakukan usaha ini sebagai berikut :

**a) Biaya sewa**

Biaya sewa gedung usaha ini selama 1 tahun sebesar Rp 30.000.000,-

**b) Biaya peralatan**

Biaya peralatan ini sebagai biaya non material yang dibebankan pada awal sebesar Rp 4.362.000,- dengan rincian dapat dilihat pada tabel 4.1.

**c) Biaya Pemasaran (Promosi)**

Biaya yang dikeluarkan untuk mengadakan promosi dengan membuat baner, daftar menu dan brosur sebesar Rp 2.400.000.

**d) Biaya Lain-lain**

Dalam usaha ini selain biaya produksi dan biaya operasional terdapat biaya lain yaitu nota penjualan, pembersih lantai, sabun cuci piring dan plastik sebesar Rp 6.600.000. Berikut ini rincian untuk biaya lain-lain.

**Tabel 4.2**  
**Rincian Biaya Lain-lain**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah yang dibutuhkan dalam 1 hari</b>	<b>Harga</b>	<b>Biaya dalam 1 tahun</b>
Nota penjualan	100 Lembar	10.000	3.300.000
Sabun cuci piring	2 biji	4.000	1.320.000
pembersih lantai	2 biji	2.000	660.000
Plastik	80 biji	4.000	1.320.000
<b>Jumlah</b>			<b>6.600.0</b>

**c. Biaya Produksi**

**a) Biaya Produksi Surabi**

Dalam memproduksi surabi menggunakan perhitungan adonan, yang mana 1 kali adonan diasumsikan dapat memproduksi 20 biji surabi. Biaya yang dikeluarkan untuk membuat 1 kali adonan sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	Rp 9.150
Biaya Tenaga Kerja	Rp 13.524
Biaya Overhead	Rp 34.796
Jumlah	<u>Rp 57.470</u>

Dengan perincian (terlampir), maka dapat diketahui bahwa biaya yang dikeluarkan untuk membuat surabi 1 adonan sebesar Rp 57.470.

**b) Biaya Produksi Pisang Bakar**

Dalam memproduksi pisang bakar, peneliti menggunakan perhitungan 1 sisir pisang dengan asumsi per sisir pisang dapat memproduksi 13 biji pisang bakar. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi pisang bakar sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	Rp 6.500
Biaya Tenaga Kerja	Rp 8.307
Biaya Overhead	Rp 20.248
Jumlah	<u>Rp 35.521</u>

Berdasarkan perhitungan di atas dengan perincian (terlampir) maka dapat diketahui biaya produksi per 1 sisir pisang yang dikeluarkan sebesar Rp 35.521

### c) Biaya Yoghurt

Dalam memproduksi minuman yogurt, peneliti menggunakan perhitungan per 5 liter susu yang mana dalam 1 liter susu diasumsikan dapat memproduksi 10 biji yogurt. Biaya yang dikeluarkan dalam produksi adalah sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	Rp 25.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 29.610
Biaya Overhead	Rp 42.938
Jumlah	Rp 97.548

Berdasarkan penjelasan di atas dengan perincian (terlampir) maka biaya yang dikeluarkan untuk per 5 liter susu dalam memproduksi yogurt adalah Rp 97.548.

### d. Pendapatan

Penjualan pada usaha ini ada tiga macam produk yaitu surabi, pisang bakar dan yogurt mempunyai target tinggi untuk penjualan dengan harga yang relatif terjangkau bagi calon konsumen yaitu :

- a. Surabi Rp 4.000,-
- b. Pisang Bakar Rp 4.000,-
- c. Yogurt Rp 3.500,-

Penjualan surabi per tahun mencapai 66.000 biji dengan nilai Rp 264.000.000,- yang mana asumsi setiap hari ditargetkan membuat 10 adonan, sedangkan untuk penjualan pisang bakar ditargetkan menjual 12.870 biji dengan asumsi perhari menghabiskan 3 sisir pisang dengan nilai Rp 51.480.000 dan untuk penjualan yoghurt ditargetkan dapat menjual 66.000 gelas dengan asumsi perhari dapat menjual 200 gelas dengan nilai Rp 231.000.000. Dengan target penjualan seperti di atas, maka dalam waktu 1 tahun penjualan total mencapai Rp 546.480.000,-

Berdasarkan target penjualan tahun pertama, maka untuk kebijakan penjualan 5 tahun ke depan, ditargetkan sama dengan penjualan tahun pertama, hal ini dilakukan untuk meminimalisir risiko usaha yang terjadi selama 5 tahun ke depan. Perincian data target penjualan dapat dilihat pada lampiran 4.

**e. Laporan Laba Rugi**

Laporan laba rugi ini digunakan untuk mengetahui hasil laba atau rugi dalam pengembangan usaha surabi imut, sehingga akan bisa dijadikan sebagai salah satu penilaian layak atau tidaknya usaha surabi imut dalam aspek keuangan. Berikut data laporan laba rugi enam tahun kedepan:

## Laporan L/R

Periode 2012

Penjualan	Rp 546.480.000
B. Produksi	Rp 353.580.480
Biaya Operasional	
Beban Sewa	Rp 30.000.000
B. Peralatan	Rp 4.362.000
B. Promosi	Rp 2.400.000
Total B. Operasional	Rp 36.762.000
Biaya lain-lain	Rp 6.600.000
Total Biaya	Rp 396.924.480
Laba bersih	Rp 149.537.520

### f. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Perhitungan BEP digunakan untuk mengetahui seberapa lama modal dapat kembali atau mengetahui titik impas dari pendapatan dan jumlah modal yang telah dikeluarkan. Berikut ini perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam Rupiah untuk *multiple product*, yaitu :

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}}$$

$$\text{BEP} = \frac{43.362.000}{1 - \frac{352.619.850}{546.480.000}}$$

$$\text{BEP} = \frac{43.362.000}{1 - 0,6453}$$

$$\text{BEP} = \frac{43.362.000}{0,3545}$$

$$\text{BEP} = 122.318.759$$

Jadi penjualan yang harus diterima sebesar Rp 122.318.759 agar terjadi *Break Even Point* (BEP) atau titik impas dari penjualan dan dana yang dikeluarkan.

**g. Analisis Kelayakan Finansial**

Analisis kelayakan yang digunakan untuk menganalisis pengembangan dari usaha adalah menghitung return yang diperoleh. Untuk menentukan suatu usulan proyek pengembangan usaha dianggap layak atau tidak, dengan cara membandingkan *return* dengan *interest rate* yang berlaku.

Berdasarkan dana yang menjadi modal untuk pengembangan usaha sebesar Rp 396.924.480, untuk mengembangkan usaha dapat menghasilkan laba Rp 149.537.520 atau 38% dari modal, maka berdasarkan perhitungan laba rugi usaha ini layak untuk dikembangkan karena laba yang dihasilkan lebih besar dari *interest rate* 13,15%.

**4.1.2 Aspek Pasar dan Pemasaran**

**a. Konsumen Potensial**

Segmen pasar yang dituju oleh usaha ini adalah remaja yaitu mulai dari pelajar dan mahasiswa. Dengan semakin banyaknya jumlah remaja yang ada disekitar lokasi usaha maka akan semakin besar pula konsumen yang datang sehingga penjualan juga semakin meningkat. Karena mayoritas

konsumen adalah kalangan remaja. Berikut ini data jumlah pelajar dan mahasiswa di sekitar lokasi usaha.

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Mahasiswa dan pelajar**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah Mahasiswa UB	24.327
2	Jumlah Mahasiswa UM	16.310
3	Jumlah Mahasiswa UIN	1.932
4	Jumlah Mahasiswa ITN	3.792
5	Jumlah Siswa SMAN 8	9.24
6	Jumlah Siswa SMKN 2	2.271
	Jumlah	49.556

Sumber : Data sekunder di Olah

Berdasarkan data jumlah pelajar dan mahasiswa di atas, maka dapat diasumsikan target konsumen rumah surabi akan lebih besar dibanding usaha surabi imut sebelumnya.

**b. Lokasi Usaha**

Usaha Rumah Surabi ini rencananya akan ditempatkan atau dikembangkan di Jl. Bendungan Sigura-gura No 8. Pemilihan lokasi tersebut disebabkan beberapa hal yang sangat mendukung penjualan surabi dan yogurt. Alasan atau pertimbangan tersebut antara lain:

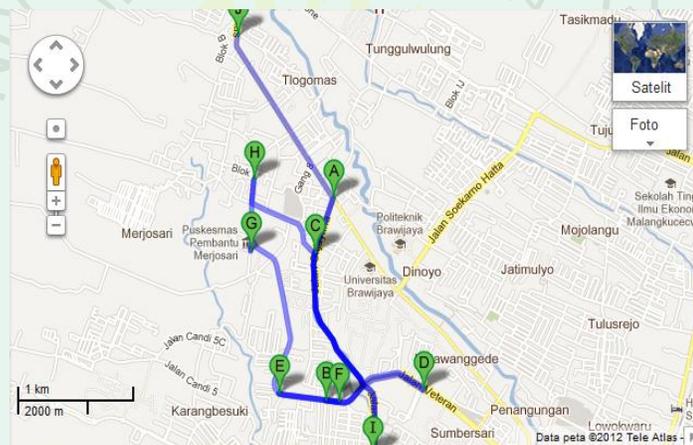
**a) Penetapan Lokasi**

Berdasarkan data dari pasar potensial tersebut kemudian menentukan lokasi usaha. Lokasi yang dipilih yaitu lokasi dikawasan ITN. Lokasi ini sangat strategis, yaitu dekat dengan konsumen yang menjadi pasar dari usaha

Rumah Surabi ini, yaitu para remaja yang tinggal didaerah sekitar lokasi usaha yaitu pelajar dan mahasiswa.

Jarak antara lokasi usaha dengan konsumen sangat dekat. Daerah ini juga daerah pusat makanan, sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui lokasi warung ini. Berikut ini peta yang menunjukkan jarak antara lokasi usaha dengan lokasi konsumen.

**Gambar 4.1**  
**Peta jarak antara lokasi usaha dengan lokasi konsumen**

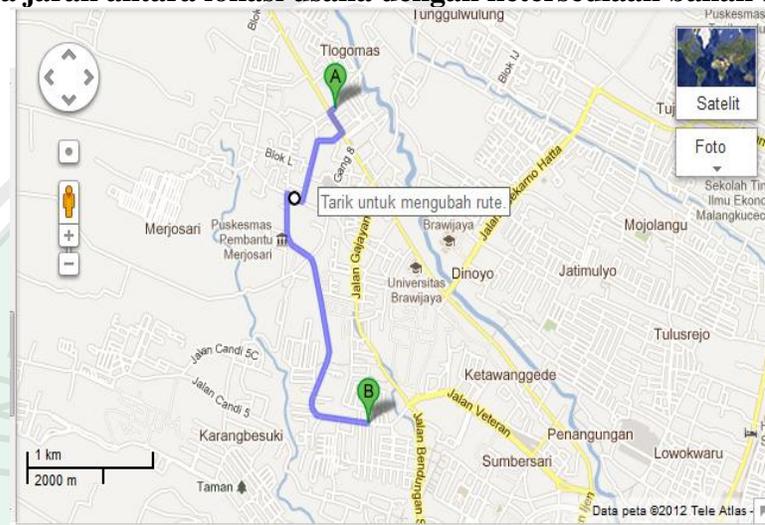


**b) Ketersediaan Bahan Baku**

Bahan baku utama yang digunakan diantaranya tepung beras, santan dan sedikit garam dan bahan penolong atau bahan topingnya yaitu susu, mesis, selai strawbery, keju, dan mayones. Bahan baku biasanya di beli di pasar. Jarak lokasi usaha dengan pasar  $\pm$  1 km. Karena pembelian bahan baku letaknya tidak terlalu jauh dengan lokasi usaha sehingga bisa meminimumkan

biaya pengangkutan dan transportasi. Berikut ini Peta yang menunjukkan jarak antara lokasi usaha dengan ketersediaan bahan baku.

**Gambar 4.2**  
**Peta jarak antara lokasi usaha dengan ketersediaan bahan baku**



**c) Tenaga Listrik dan Air**

Listrik dan Air yang digunakan untuk usaha ini yaitu tenaga listrik dari PLN dan dan air dari PDAM. Sehingga memudahkan dalam proses produksi.

**d) Fasilitas Transportasi**

Lokasi proyek yang terletak di daerah universitas dan pusat makanan telah memiliki fasilitas jalan aspal dengan kondisi baik. Untuk alat transportasi yang digunakan dalam membantu proses produksi baik untuk pendistribusian produk maupun akses untuk menuju sumber bahan baku pemilik menggunakan sepeda motor milik sendiri. Untuk konsumen juga tidak ada kesulitan untuk menuju lokasi usaha ini karena selain jaraknya dekat

juga fasilitas jalan yang telah memadai sehingga dapat diakses dengan menggunakan kendaraan beroda dua maupun beroda empat.

**c. Pesaing**

Berdasarkan data mengenai lokasi usaha, kemudian harus melihat pesaing yang ada disekitar lokasi usaha. Dalam suatu kegiatan usaha pasti tidak terlepas dari pesaing. Data pesaing digunakan sebagai pertimbangan dalam menciptakan produk dengan kualitas terbaik sehingga dapat merangkul konsumen lebih banyak lagi atau dapat lebih berkembang dan bisa menjadi yang teunggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Meskipun pesaing dari usaha ini banyak akan tetapi dengan keunikan dari produk ini tidak akan membuat penjualan semakin menurun, karena apabila dilihat perbandingan dari harga, usaha ini cukup bisa dikatakan terjangkau dan sesuai dengan kantong remaja yang menjadi konsumen dari usaha ini, selain itu juga dilihat dari penawaran yang diberikan produk makanan ini bisa di pesan untuk di bawa pulang dan juga bisa di makan di tempat, sedangkan pesaingnya hanya bisa di pesan untuk di bawa pulang, hal ini bisa dikatakan penting bagi usaha ini karena berdasarkan pengamatan dan berdaraskan wawancara dengan pemilik usaha ini mayoritas pengunjung memilih memesan dan di makan di tempat karena konsumen lebih senang menyantap produk makanan ini dengan sambil bersantai dan berbincang-bincang sesuai dengan jiwa remaja. Kemudian juga dilihat dari keunikan penyajiannya, biasanya surabi di nikmati dengan kuah akan tetapi surabi ini

berbeda yaitu dinikmati dengan berbagai topping dan toppingnya bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen. Pesaing dari usaha Rumah Surabi ini diantaranya:

**Tabel 4.4**  
**Pesaing Rumah Surabi**

No	Pesaing
1	Surabi Ceria
2	Milk, Yogurt, n Juice Corner
3	Tahu Krispi Super
4	Yoguchi
5	Just Quality Juice
6	Kebab Turki Baba Rafi
7	Kayana Kebab
8	Terang Bulan Imut
9	Terang Bulan Ijo
10	Roti Maryam

Sumber : Pengamatan Peneliti

**d. Promosi**

Setelah melihat peluang yang cukup menjanjikan maka untuk lebih bisa menyerap konsumen maka perlu dilakukan promosi untuk mengenalkan usaha yang akan dijalankan. Strategi promosi yang digunakan adalah strategi yang mampu menarik perhatian pelanggan baik pelanggan baru maupun pelanggan lama. Strategi yang digunakan untuk menarik konsumen lebih banyak di lokasi baru setelah melihat pasar potensial adalah menyebarkan daftar menu ke Universitas yaitu UB, UIN, UM, ITN, sekolah-sekolah yaitu SMAN 8, SMKN 2. Semakin seringnya penyebaran daftar menu tersebut diharapkan calon konsumen tidak hanya tahu produk surabi dan yogurt, tetapi mau untuk membelinya dan menjadi pelanggan setia. Selain itu juga melalui

brosur, spanduk dan baner yang nantinya akan dipasang di jalan-jalan, di tempang usaha yang lama dan di tempat usaha yang baru diharapkan dengan adanya pemasangan baner tersebut yang beisikan menginformasikan bahwa Kedai Surabi Imut akan membuka cabang di Jl. Bendungan Sigura-gura No. 8 pelanggan akan mengetahui dan banyak yang akan membeli ditempat usaha yang baru.

#### **4.1.3 Produk**

Rumah Surabi adalah sebuah usaha di bidang agribisnis. Produk yang dihasilkan oleh usaha ini sangat beraneka ragam dengan karakteristik yang berbeda dengan berbahan dasar tepung beras yang menghasilkan surabi, pisang yang menghasilkan pisang bakar dan susu yang menghasilkan minuman yoghurt. Untuk produk surabi menyediakan berbagai macam topping mulai dari surabi oncom, strawberi, susu, sosis, telur, pisang, keju, daging, pandan dan kacang dan untuk minuman yoghurt juga terdapat berbagai macam rasa mulai dari anggur, melon, mocca, cocopandan melon dan lechy, selain itu juga ada pisang bakar dengan topping susu, keju, strawberry dengan berbagai macam paduan untuk topping.

Penyajian di Rumah Surabi ini yaitu penyajian yang langsung diproduksi pada saat menu dipesan oleh konsumen. Pembuatan adonan dibuat 4 jam sekali, dengan tujuan adonan yang nantinya akan dipanggang rasanya tetap enak dan fresh. Berikut ini daftar produk dengan berbagai macam paduan topping.

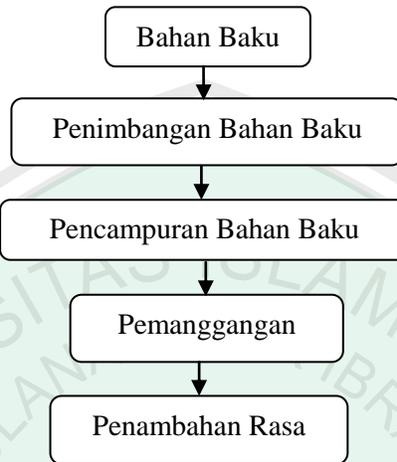
Berikut ini adalah proses pembuatan surabi, pisang bakar dan yoghurt. Bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat surabi, pisang bakar dan yoghurt yaitu tepung beras, pisang, susu dan bahan baku tambahan lainnya. Surabi dan yogurt dibuat langsung oleh Rumah Surabi setiap hari, agar kualitas rasa tetap terjaga. Jika adonan surabi yang telah dibuat tidak habis selama 4 jam maka adonan tersebut akan diganti dengan adonan yang baru dengan tujuan rasa yang dihasilkan tidak berubah.

**a. Proses Pembuatan Surabi**

Bahan baku utama yang digunakan untuk membuat Surabi yaitu tepung beras, santan dan sedikit garam. Surabi khas dari Rumah Surabi ini memerlukan bahan baku tambahan untuk membuat topping pada surabi, antara lain coklat, keju, susu, mesis, selai strawberry, mayones, kacang, pisang, oncom, telur, daging, sosis, dan air pandan.

Proses pembuatan surabi ini ada beberapa tahap. Tahap yang pertama yaitu penimbangan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membuat adonan surabi, ukuran banyaknya bahan yang ditimbang disesuaikan dengan resep yang ada. Tahap kedua yaitu pembuatan adonan surabi. Bahan-bahan yang ditimbang kemudian dicampur satu persatu secara berurutan ke dalam panci. Tahap yang ke tiga yaitu pemanggangan. Pemanggangan dilakukan di atas tungku tradisional dengan tujuan rasa yang dihasilkan lebih enak dibandingkan dengan menggunakan wajan. Tahap yang ke empat atau yang terakhir yaitu penambahan rasa atau penambahan topping di atas surabi, diantaranya penambahan oncom, keju, susu, mesis, dan lain-lain.

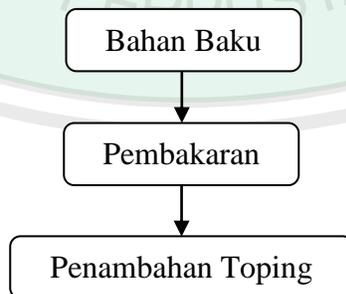
**Gambar 4.3**  
**Proses Produksi Surabi**



**b. Proses Pembuatan Pisang Bakar**

Bahan baku utama yang digunakan untuk membuat pisang bakar yaitu pisang. Proses atau tahap pembuatan cukup mudah dan cepat. Tahap pertama yaitu menyiapkan pisang yang sudah matang. Kemudian pisang dibakar. Tahap selanjutnya yaitu penambahan rasa atau penambahan topping.

**Gambar 4.4**  
**Proses Produksi Pisang Bakar**



### c. Proses Pembuatan Yogurt

Bahan baku utama yang digunakan untuk membuat yogurt adalah susu murni dan plain (yoghurt tanpa rasa). Proses pembuatan yoghurt ada beberapa tahap. Tahap yang pertama yaitu Susu dipanaskan selama 30 menit tetapi jangan sampai mendidih. Tahap yang ke dua yaitu susu yang sudah dipanaskan tadi didinginkan, setelah dingin tambahkan dengan plain (yoghurt tanpa rasa). Tahap yang ke tiga yaitu susu yang sudah ditambahi dengan plain ditaruh di dalam plastik kecil kemudian ditaruh di dalam lemari es selama 24 jam untuk menghasilkan rasa asam dan bentuk yang kental. Tahap terakhir yaitu penyajian dengan cara memasukkan yogurt ke dalam blender kemudian di tambahkan perasa sirup lalu diblender.

**Gambar 4.5**

#### **Proses Produksi Yogurt**

