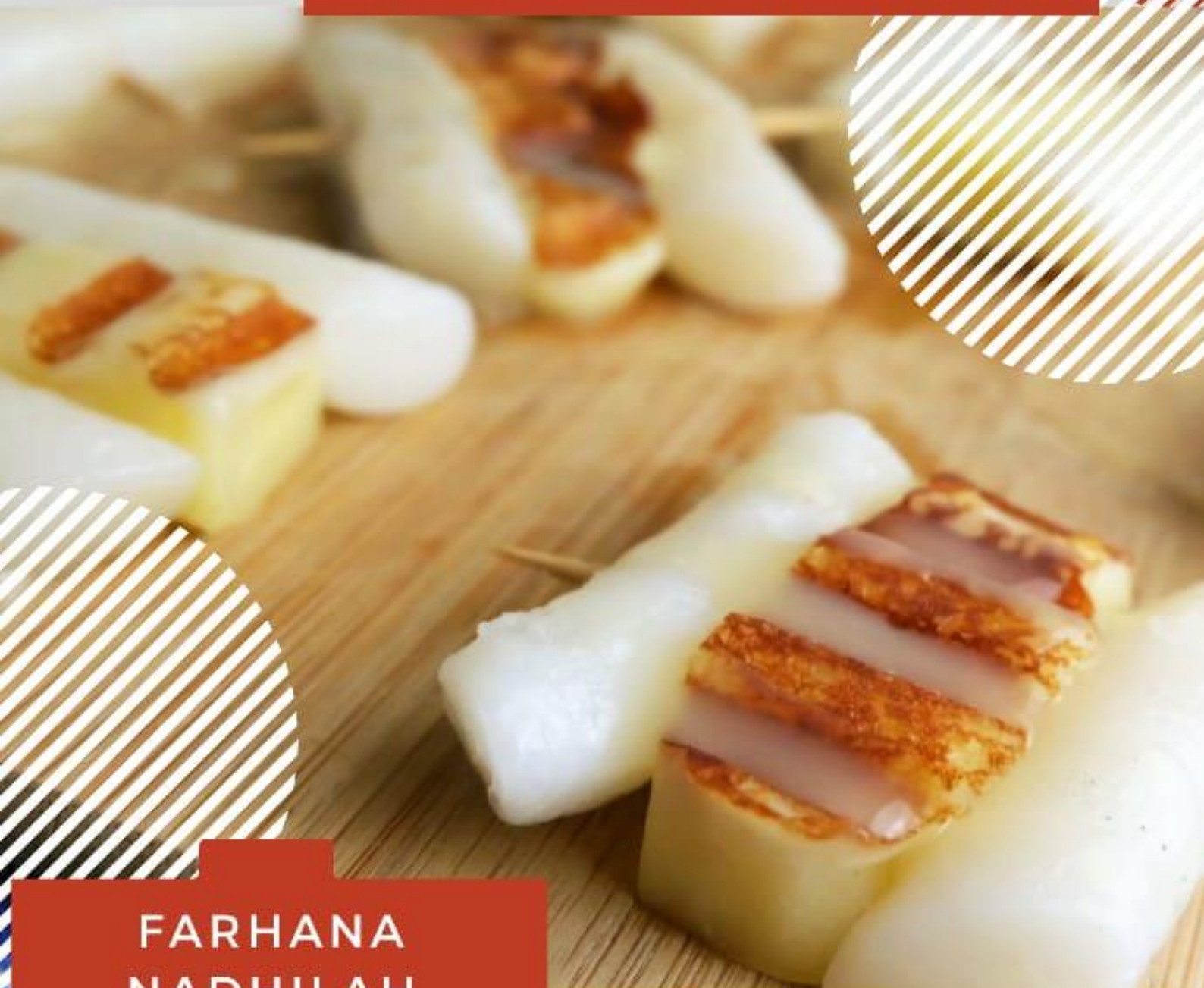




PERBANAS
INSTITUTE

LAPORAN STUDI KELAYAKAN

TTEOKINIAN



FARHANA
NADHILAH
1616000002

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
RINGKASAN EKSEKUTIF.....	iii
BAB I PEMBUKAAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Tujuan Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis.....	3
1.3 Kunci Sukses Usaha.....	4
BAB II ANALISIS EKONOMI MAKRO.....	6
2.1 Analisis Ekonomi.....	6
2.2 Analisis Demografi.....	7
2.3 Analisis Sosial Budaya.....	8
2.4 Analisis Hukum dan Politik.....	8
2.5 Analisis Teknologi.....	9
BAB III ANALISIS SWOT.....	10
3.1 Strength.....	10
3.2 Weakness.....	10
3.3 Opportunity.....	10
3.4 Threats.....	11
BAB IV SUMBER DAYA MANUSIA.....	12
4.1 Kemampuan Pemilik.....	12
4.2 Jumlah Tenaga Kerja dan Gaji.....	12
4.3 Spesifikasi Pekerjaan.....	13
4.4 Uraian Pekerjaan.....	14

BAB V PRODUK OPERASIONAL.....	17
5.1 Lokasi Usaha.....	17
5.2 Proses Produksi/Operasi.....	17
5.3 Kualitas Produk/Jasa.....	18
5.4 Penggunaan Teknologi.....	18
BAB VI PEMASARAN.....	20
6.1 Segmentasi Pasar.....	20
6.2 Targeting.....	21
6.3 Positioning.....	21
6.4 Potensi Pasar.....	21
6.5 Proyeksi Penjualan.....	22
6.6 Bauran Pemasaran.....	23
BAB VII KEUANGAN.....	25
7.1 Investasi Awal.....	25
7.2 Biaya-Biaya.....	25
7.3 Modal Awal Kerja.....	27
7.4 Analisis Cashflow.....	30
7.5 Payback Period.....	30
7.6 Net Present Value.....	31
7.7 Profitability Index.....	32
7.8 Internal Rate of Return.....	33
7.9 Break Even Point.....	33
BAB VIII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tteokinian merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner salah satu brand yang dibuat khusus untuk makanan yang berasal dari Korea, yaitu *Tteokboki*. Dengan adanya Tteokinian, pemilik berharap agar masyarakat Indonesia tertarik untuk mencoba makanan korea yang dibuat dengan bahan dasar beras.

Tteokinian sendiri memiliki bahan dasar yang sama dalam pembuatannya, yaitu menggunakan tepung beras. Yang membedakan *tteokbokki* milik Tteokinian dengan *tteokboki* pada umumnya adalah topping yang digunakan. Tteokinian menggunakan berbagai varian toping, diantaranya greentea, oreo, choco cruchy, vanilla, mozarella dan brown sugar dan masih akan bertambah seiring berjalannya waktu dengan inovasi rasa baru.

Pemilik sendiri memilih usaha tteokboki dengan nama Tteokinian, karena maraknya *Korean Wave* yang sedang terjadi di Indonesia. Di Korea, tteokboki sudah menjadi makanan yang tidak asing dikonsumsi sehari-hari sebagai cemilan, bahkan terkadang sebagai pelengkap makanan berat atau hidangan utama saat makan. Tteokinian sendiri menargetkan pasar yang luas, dan siapapun bisa menikmati. Mulai dari kalangan bawah hingga kalangan atas, laki-laki maupun perempuan serta anak-anak hingga orang dewasa dengan kisaran umur 8tahun s/d 50 tahun.

Tteokinian mulai dipasarkan selagi dipromosikan melalui media online dan offline. Promosi melalui *media social*, Tteokinian juga dipasarkan melalui beberapa *e-commerce* yang tersedia di Indonesia sehingga mudah didapat. Pemasaran offline tersendiri pun juga dilakukan dengan cara datang ke sekolah, kampus, perkantoran dan bazar. Untuk itu, kami memulai bisnis dengan modal Rp 578.721.220 dan modal tersebut akan di estimasi kembali dalam waktu 2 Tahun 4 Bulan 2 Hari dengan peningkatan penjualan sebesar 20% setiap tahunnya.

BAB I

PEMBUKAAN

1.1 Pendahuluan

Sebagai kota metropolitan, Jakarta merupakan tempat yang sinkron dalam memulai bisnis karena Jakarta memiliki daya beli penduduk yang tinggi. Banyak bisnis yang telah dilakukan di kota Jakarta khususnya Jakarta Utara yaitu bisnis di sektor kuliner, toko pakaian, dan swalayan. Mall dan Food Market banyak didirikan di Jakarta Utara membuat peluang bisnis kuliner menjadi lebih besar. Food Market merupakan salah satu tempat kuliner yang ramai didatangi pengunjung menyediakan berbagai macam kuliner mulai dari Nusantara hingga Mancanegara. Salah satu kuliner dari Mancanegara adalah *Tteokbokki*, *Tteokbokki* merupakan salah satu kuliner khas negeri Ginseng yang sangat populer. Pada umumnya, *Tteokbokki* terbuat dari beras yang diolah menjadi tepung beras dan dimasak dengan saus *gochujang* yang memiliki rasa manis dan pedas. Selain itu, *Tteokbokki* sering ditemukan sebagai jajanan pasar serta dapat dimasak oleh masyarakat Korea karena tidak sulit untuk menghadirkan seporssi *tteokbokki*. Secara virtual, *tteokbokki* berbentuk panjang $\pm 15-20$ cm dan memiliki warna putih yang dihasilkan dari beras yang diolah menjadi tepung beras dilengkapi dengan saus *gochujang*.¹ *Tteokbokki* bisa dinikmati oleh masyarakat Indonesia karena adanya *Korean Waves* atau istilah lainnya adalah demam Korea di Indonesia. Dengan demikian, untuk pecinta Kpop, K-Drama maupun masyarakat Indonesia yang ingin mencoba *tteokbokki* bisa menikmati camilan tersebut tanpa harus pergi ke Korea terlebih dahulu.

Rencana usaha yang akan dijalankan adalah *Tteokinian*, yaitu usaha kuliner khas Korea berbahan baku beras. Selain Korea, beras juga merupakan baku utama warga negara Indonesia. Salah satu kandungan nutrisi yang terdapat pada beras adalah karbohidrat. Karbohidrat merupakan sumber energi bagi tubuh

¹ Brian Alvin Hartono, "Implementasi Budaya Korea Pada Perancang Identitas Visual "Mireokki"", Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, Vol, 5, No, 1, April 2020, hlm 1-18.

khususnya sumber energi bagi otak. Hal ini merupakan faktor yang sangat penting, mengingat beras adalah salah satu bahan pokok yang diolah dan dikonsumsi oleh masyarakat, membuat daya tarik konsumen menjadi lebih tinggi. Usaha kami sangat memperhatikan kehalal-annya sehingga produk Tteokinian memiliki sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan BPOM dimana bagi masyarakat Muslim tidak perlu khawatir untuk membeli produk kami.

Adanya bisnis ini berawal dari pemilik menyukai Korean Food. Salah satu makanan Korea yang pernah dicoba adalah *tteokbokki*. *Tteok* sendiri berarti beras, dan mengetahui rasa *tteok* yang hambar dengan tekstur lembut dan kenyal ditambah dengan saus *gochujang* yang pedas dan sedikit manis, jadi pemilik memiliki referensi dalam menjalankan usaha. Setelahnya, pemilik juga mencari informasi tentang produk yang akan dibuat melalui internet sehingga pemilik memiliki pengetahuan dalam cara membuat produk yang baik dan benar. Produk Tteokinian yang halal terinspirasi dari produk *tteokbokki* yang biasa dijual di pasaran. Kebanyakan *tteokbokki* memakai minyak B2 (minyak babi) dalam proses memasak maka pemilik memiliki ide untuk membuat *Tteok* yang dapat diproduksi dan disantap oleh semua orang khususnya masyarakat Muslim. Harga yang ditawarkan dapat bersaing dipasaran dan bentuk pelayanan yang disediakan yaitu berpakaian dengan sopan, baik laki-laki maupun perempuan, mengedepankan nilai jujur dalam menjual ke konsumen dan menerapkan kepedulian sosial dengan pengelolaan penyaluran zakat dan sedekah ke Panti Asuhan yang terdapat di wilayah Jakarta Utara.

Dengan maraknya *Korean Waves* di Indonesia, peluang bisnis Tteokinian sangat berpotensi besar. Hampir seluruh penggemar Kpop di Indonesia pernah mencoba *tteokbokki*, karena makanan ini termasuk salah satu makan yang menjadi ciri khas Korea. Selain itu, kebanyakan dari mereka berpikiran bahwa *tteokbokki* sangat menarik dan sangat umum terlihat di layar televisi yang menayangkan Drama Korea atau sekedar iklan layanan komersil yang berbicara mengenai Korea.

Lokasi usaha yang akan direncanakan yaitu Food Market Sunter yang berlokasi di Danau Sunter Jakarta Utara. Daerah ini strategis dan berdekatan dengan pemukiman penduduk, sekolah dan perkantoran. Disamping itu, belum ada camilan Tteok yang dengan berbagai varian topping seperti greantea, oreo, choco cruchy, vanilla, mozzarella dan *brown sugar* karena sudah banyak gerai *tteokbokki* yang disajikan dengan saus *gojuchang*. Dengan adanya topping baru dari *tteok* akan menambah dan menghadirkan inovasi baru pada bisnis kuliner dan kebutuhan konsumen akan makanan terpenuhi.

Belum terdapat produk dengan menggunakan ‘Tteok’ di Food Market Sunter. Namun, terdapat satu produk dengan topping yang menyerupai topping dari Tteokinian yaitu Pizza Mangkok. Dengan demikian, Tteokinian hadir untuk menambah inovasi baru dibidang kuliner dengan konsep Korean Food yang dapat bersaing dengan produk lain maupun restoran Korea itu sendiri.

1.2 Tujuan Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan utama dalam membuat laporan studi kelayakan bisnis Tteokinian adalah untuk membuat keputusan menerima atau menolak usulan suatu usaha bisnis yang akan didirikan. Namun demikian, tujuan secara khususnya adalah:

a. Meminimalisir Risiko

Membuat laporan studi kelayakan bisnis dalam meminimalisirkan risiko diperlukannya kesigapan dalam menghindari atau mengendalikan dan menganalisis kegiatan bisnis dari risiko yang akan terjadi di masa yang akan datang.

b. Memudahkan Perencanaan

Dalam memudahkan perencanaan suatu bisnis dapat dilihat dari bagaimana menentukan jumlah dana yang dibutuhkan, lokasi yang akan dibangun, siapa yang melaksanakan, cara menjalankan, besar keuntungan

yang diperoleh serta dengan mudah mengawasi jika terjadi hal yang menyimpang atau hal yang tidak diinginkan.

c. Memudahkan Pengendalian dan Pengawasan

Diperlukan pengendalian untuk menentukan kesuksesan, karena pekerjaan yang dilakukan dapat diawasi sesuai dengan rencana yang terdapat pada studi kelayakan bisnis. Sedangkan dalam pengawasan sangat penting dilakukan karena usaha yang akan dilakukan harus sesuai dengan *job description* dan Standar Operasi Pekerjaan (SOP) yang telah ditentukan.

1.3 Kunci Kesuksesan Bentuk Usaha Tteokinian

a. Harga

Tteokinian menetapkan harga Rp 25.000 per porsi dengan enam varian rasa yang tersedia yaitu greentea, oreo, crunchy, vanilla, mozarella, brown sugar dan bisa dipilih sesuai dengan keinginan. Selain rasa yang unik dan lezat dan dapat bersaing dipasaran, konsumen akan mencari dan memilih harga yang lebih terjangkau.

b. Produk Halal dan Lengkap

Produk yang dijual merupakan produk halal yang sudah terbukti kehalalannya dengan mendapatkan sertifikat halal dari BPJPH dan BPOM sehingga konsumen tidak perlu merasa khawatir dan merasa nyaman dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan dari Tteokinian. Disamping itu, kami akan mengupgrade varian rasa baru dan inovasi baru sehingga dapat menarik perhatian konsumen / pelanggan lebih banyak lagi.

c. Pelayanan Yang Baik

Pelayanan yang baik dan juga ramah sangat penting dalam melayani konsumen. Tidak hanya rasa dan kualitas produk, pelayanan yang baik dan ramah merupakan point plus untuk memuaskan dan membangun hubungan baik agar konsumen / pelanggan setia pada produk Tteokinian.

d. Tempat Yang Strategis

Pemilihan tempat untuk Tteokinian sangatlah strategis. Berada dekat pemukiman, penginapan, universitas, swalayan dan dekat dengan transportasi merupakan keuntungan bagi kami dalam menjangkau konsumen.

BAB II

ANALISIS MAKRO EKONOMI

Dalam aspek makro ekonomi terdapat faktor pendorong untuk mendirikan suatu usaha. Terdapat beberapa analisis aspek makro ekonomi meliputi analisis ekonomi, analisis demografi, analisis sosial budaya, analisis hukum dan politik, dan analisis teknologi.

2.1 Analisis Ekonomi

Pertumbuhan Ekonomi di kota Jakarta Utara provinsi DKI Jakarta selama lima tahun sebelum tahun saat ini berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai berikut:

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi (%)
2015	5,59
2016	4,61
2017	6,39
2018	6,30
2019	4,02

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara

Pertumbuhan ekonomi di Jakarta Utara pada tahun 2015 sebesar 5,59% dan mengalami kenaikan pada tahun 2016 sebesar 0,98% menjadi 4,61%. Pada tahun 2016 ke tahun tahun 2017 mengalami kenaikan pertumbuhan ekonomi sebesar 1,78% menjadi 6,39%. Pertumbuhan ekonomi di Jakarta Utara mengalami penurunan pada tahun 2017 ke tahun 2018 sebesar 0,09% yaitu dari 6,39% menjadi 6,30%. Kemudian, mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2018 ke tahun 2019 dari 6,30% menjadi 4,02% yaitu sebesar 2,28%.

Berdasarkan pertumbuhan ekonomi di Jakarta Utara menunjukkan tingkat pertumbuhan ekonomi secara umum mengalami peningkatan dari tahun ke

tahun. Hal ini mengidentifikasi bahwa kota Jakarta Utara berpotensi untuk membuka usaha Tteokinian.

2.2 Analisis Demografi

Pertumbuhan Jumlah Penduduk di kota Jakarta Pusat provinsi DKI Jakarta selama lima tahun sebelum tahun saat ini berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai berikut:

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan (%)
2015	1.747.315	1,03
2016	1.764.614	0,99
2017	1.781.316	0,95
2018	1.797.292	0,90
2019	1.812.915	0,87

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara

Dilihat dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai atau pertumbuhan penduduk Jakarta Utara mengalami peningkatan cukup signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2015 jumlah penduduk Jakarta utara sejumlah 1.747.315 atau sebesar 1,03% dan mengalami kenaikan sebesar 0,99% menjadi 1.764.614. Pertumbuhan penduduk Jakarta Utara mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 0,95% menjadi 1.781.316. Kemudian, pada tahun 2018 pertumbuhan penduduk Jakarta Utara mengalami kenaikan kembali sebesar 0,90% sebesar 1.797.292. Dan mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2019 sebesar 0,87% menjadi 1.812.915.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir pertumbuhan kota Jakarta Utara mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini memungkinkan prospek usaha Tteokinian cukup baik karena konsumen sebagai target market cukup besar.

2.3 Analisis Sosial Budaya

Indonesia memiliki dua iklim, yaitu panas dan hujan. Berdasarkan pengalaman pemilik, *tteokbokki* bisa disantap kapan saja, tetapi tidak sedikit orang-orang yang mampir ke kios penjual *tteokbokki* dalam musim dingin (winter). Diharapkan Tteokinian bisa menjadi salah satu alternatif makanan yang bisa disantap kapan saja seperti pada saat berkumpul dengan keluarga, teman, atau dijadikan camilan saat bersantai dengan porsi yang pas dan nikmat. *Tteok* sendiri merupakan salah satu makanan yang sudah dibuat turun temurun, menjadikan *Tteok* sebagai salah satu makanan khas Korea yang sudah diakui. Bahkan saat ini, banyak orang berkata bahwa jika tidak mencoba seporsi *Tteokbokki* saat berpergian ke Korea, maka belum merasakan makanan khas Korea yang sebenarnya. Untuk itu, Tteokinian menyajikan *tteokbokki* yang berkualitas baik, sehingga bagi yang belum bisa berpergian ke negara Korea masih bisa merasakan ‘Tteok’ di Tteokinian.

2.4 Analisis Hukum dan Politik

Pemilik usaha merupakan seorang Muslim dan memiliki pengalaman menyantap seporsi *tteokbokki* sehingga mengetahui rasa serta tekstur yang terdapat pada *tteokbokki* sehingga dapat dipraktikan untuk usaha Tteokinian nantinya. Perizinan pada Tteokinian yang harus dipenuhi sebagai berikut:

- a. Surat Izin Tempat Usaha Perorangan (SITU)
- b. Surat Izin Usaha Perdagangan (ISUP)
- c. Surat Keterangan Domisili
- d. Izin gangguan
- e. Sertifikat Halal

2.5 Analisis Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berkembang pesat. Teknologi-teknologi baru bermunculan untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Tak terkecuali dalam memproduksi Tteokinian. Usaha Tteokinian menggunakan teknologi modern untuk mengolah bahan baku beras menjadi kue beras (rice cake). Teknologi yang digunakan adalah *rice flour milling machine* untuk mengolah bahan baku beras menjadi tepung beras kemudian di *stim* dan dimasukkan kedalam *rice cake popping machine* untuk menghasilkan rice cake yang sempurna. Penggunaan *rice flour milling machine* dan *rice cake popping machine* untuk mempermudah kegiatan membuat rice cake dalam jumlah yang banyak. Penggunaan *roaster* pada proses pembakaran merupakan salah satu penggunaan teknologi modern dalam menghasilkan pembakaran yang maksimal tanpa memakan waktu yang lama.

BAB III

ANALISIS STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREAT (SWOT)

Tujuan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi dan menemukan kekuatan dan kelemahan yang berasal dari internal usaha serta kesempatan dan tantangan yang berasal dari eksternal usaha. Berikut analisis SWOT dari usaha Tteokinian:

3.1 Strength

- Produk bersertifikat halal.
- Memiliki beragam varian rasa.
- Sangat menjaga kebersihan pada produk kami.
- Memiliki alat khusus untuk memproduksi Tteok.
- Menjual produk berkualitas dengan harga terjangkau.
- Produk Tteokinian berbeda dengan produk Tteok lainnya yang biasanya disajikan dengan saus *gochujang*.

3.2 Weakness

- Bergantung pada bahan baku beras.
- Bergantung pada iklim karena jika musim kemarau atau hujan berkepanjangan dapat mengakibatkan gagal panen.
- Tempat untuk pelanggan menikmati Tteokinian di Food Market terbatas karena bergabung dengan usaha kuliner lainnya.

3.3 Opportunity

- Lokasi yang strategis.
- Tren *Korean Waves* sedang *booming* di Indonesia.

- Banyaknya penggemar Kpop dan K-Drama yang menyukai produk *Tteok*.
- Target market mencakup semua kalangan mulai dari menengah kebawah hingga menengah keatas, usia, dan gender.

3.4 Threat

- Jika harga beras mengalami kenaikan.
- Bersaing dengan restoran Korea yang menyediakan menu *Tteokbokki*.

BAB IV

ANALISIS ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Dalam aspek sumber daya manusia menjelaskan tentang kemampuan dan pengalaman pemilik dalam usaha tersebut, berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan serta gaji yang akan diberikan, dan menentukan perencanaan pada job spesifikasi dan job deskriptif.

4.1 Kemampuan Pemilik

Pemilik menyukai Korean Food dan pernah menyantap sepori tteokbokki sehingga mengetahui rasa tteok yang hambar dengan tekstur lembut dan kenyal ditambah saus gochujang yang pedas dan sedikit manis, jadi pemilik memiliki referensi dalam menjalankan usaha. Pemilik juga mencari informasi tentang produk yang akan dibuat melalui internet sehingga pemilik memiliki pengetahuan dalam cara membuat produk yang baik dan benar.

4.2 Jumlah Tenaga Kerja dan Gaji

Pendirian Bisnis Kuliner Tteokinian membutuhkan 8 karyawan dengan gaji diatas UMP. Berikut rincian jumlah tenaga kerja dan gaji perbulan setiap karyawan sebagai berikut:

No.	Jabatan	Jumlah Pegawai	Gaji per bulan	Jumlah
1.	Manager	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
2.	Akuntan	1	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
3.	Bagian Gudang	1	Rp 3.200.000	Rp 3.200.000
4.	Chef	1	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
5.	Pemasaran	1	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
6.	Kasir	1	Rp 2.950.000	Rp 2.950.000
7.	Pelayan	2	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000

4.3 Job Spesifikasi

Untuk mengisi bagian-bagian yang dibutuhkan, Tteokinian memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Manager

- Berjiwa Pemimpin
- Tegas dan disiplin
- Mampu mengawasi kinerja karyawan
- Cepat dalam mengambil keputusan
- Jujur

2. Akuntan

- Mengerti membuat pembukuan dan laporan keuangan
- Teliti
- Detail
- Bertanggung jawab
- Konsisten
- Jujur

3. Bagian Gudang

- Sehat dan Kuat
- Jujur
- Loyal
- Cekatan

4. Chef

- Memiliki passion dalam memasak
- Stamina tinggi
- Rapi dan disiplin
- Cepat mengambil keputusan
- Multitasker

5. Pemasaran

- Mempunyai kemampuan komunikasi yang baik
- Mempunyai kemampuan bekerja secara individu maupun kelompok
- Memiliki strategi pemasaran yang baik
- Memiliki daya analisa yang baik
- Memiliki kemampuan brand marketing yang baik
- Dapat menggunakan internet dan social media dengan baik

6. Kasir

- Memiliki konsentrasi tinggi dan teliti
- Detail
- Cekatan
- Jujur
- Bertanggung Jawab

7. Pelayan

- Ramah dan sopan
- Rajin
- Menyusun dan merapikan barang
- Dapat berkomunikasi baik dengan pelanggan

4.4 Job Deskriptif

1. Manager

- Mengelola dan mengarahkan tim operasi untuk mencapai target bisnis
- Mengontrol dan mengawasi kinerja karyawan
- Bersikap sabar dan santun pada staf dan pelanggan
- Merencanakan dan mengambil bagian dari acara promosi
- Bertanggung jawab kepada pemilik

2. Akuntan

- Mencatat uang masuk dan keluar
- Mencatat pemasukan harian, bulanan, dan tahunan
- Membuat pembukuan, melakukan posting dan membuat laporan keuangan
- Memeriksa dan melakukan verifikasi kelengkapan dokumen
- Mengawasi terjadinya kesalahan penyelewengan uang
- Jujur dalam pencatatan

3. Bagian Gudang

- Memeriksa barang masuk dan barang keluar serta memastikan sesuai dengan pesanan
- Ikut serta menandatangani surat penerimaan barang
- Merapikan barang-barang digudang
- Menyiapkan barang yang hendak dikirim ke booth apabila stock di booth hampir habis
- Mengecek barang yang sudah dikeluarkan ke foodmarket
- Membuat laporan aktivitas barang
- Membantu pelayan dalam mengambil barang sewaktu-waktu diperlukan

4. Chef

- Membuat kreasi produk yang ditawarkan
- Melakukan eksperimen untuk menciptakan resep makanan dan melakukan evaluasi terhadap hasil kreasinya
- Memasak makanan sesuai pesanan
- Bertanggung jawab terhadap bahan makanan dan biaya bahan makanan
- Bertanggung jawab mengelola dapur
- Menyusun menu

5. Pemasaran

- Menentukan sales target dan market share target
- Merencanakan peluncuran produk baru sesuai dengan keadaan dipasaran
- Mengembangakn produk agar semakin sesuai dengan keadaan
- Mengevaluasi strategi pemasran
- Memastikan pencapaian target penjualan

6. Kasir

- Membersihkan mesin dan meja POS
- Melayani konsumen dengan ramah dan sopan
- Menyebutkan jumlah uang yang diterima dan uang kembalian yang dibayar konsumen
- Memberikan uang kembali dan struck penjualan
- Mencatat barang-barang kosong yang dikeluhkan konsumen
- Bertanggung jawab terhadap uang setoran

7. Pelayan

- Menyiapkan dan membersihkan area penjualan
- Mengenakan semua perlengkapan kerja
- Memenuhi pesanan konsumen
- Merapikan dan menyusun barang
- Memeriksa kelengkapan label harga
- Memperhatikan pengumuman dan cara promosi
- Mematuhi S.O.P yang berlaku

BAB V

ANALISIS ASPEK OPERASIONAL

Analisis aspek operasional merupakan aspek yang bertujuan untuk menentukan lokasi usaha, proses produksi, kualitas produk atau jasa yang akan dihasilkan dan penggunaan teknologi pada usaha Tteokinian.

5.1 Lokasi Usaha yang Akan Direncanakan

Lokasi usaha yang akan direncanakan yaitu Food Market Sunter yang berlokasi di Danau Sunter Jakarta Utara. Food Market Sunter merupakan instansi yang merupakan badan pemerintah umum dalam hal menyediakan tempat untuk berdagang berbagai macam usaha kuliner dengan menggunakan *booth* seperti makanan, minuman dan camilan. Food Market Sunter terletak berdekatan dengan pemukiman, penginapan, swalayan, universitas dan transportasi sehingga lokasi ini sangat strategis dan mudah untuk diakses. Selain itu, Food Market Sunter merupakan tempat yang banyak dikunjungi oleh warga sekitar maupun pecinta kuliner.

5.2 Proses Produksi

Untuk proses produk Tteokinian diperlukan beberapa proses mulai dari pembelian bahan baku, proses bahan baku menjadi bahan dasar, proses pembakaran dan pemberian topping, dan penyediaan barang.

Berikut merupakan proses produksi satu porsi Tteokinian.

a. Pembelian Bahan Baku

Dalam pembelian bahan baku, usaha Tteokinian menggunakan bahan baku beras lokal yaitu beras Pandan Wangi karena menghasilkan khas wangi Pandan ketika beras dimasak.

b. Proses Beras Sebagai Bahan Baku Menjadi Bahan Dasar

Dalam proses mengolah bahan baku menjadi bahan dasar, beras dihaluskan menggunakan *rice flour milling machine* dan kukus selama 20 menit. Setelah itu, diamkan selama 10 menit dan masukan kedalam *rice cake popping machine* dan dilakukan sebanyak dua kali untuk menghasilkan tteok bertekstur lembut dan kenyal.

c. Proses Pembakaran dan Pemberian Topping

Pada proses pembakaran dibutuhkan waktu selama ± 3 menit hingga Tteok berwarna keemasan. Tersedia varian toping yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan seperti greantea, oreo, choco cruchy, vanilla, mozzarella dan *brown sugar*.

d. Penyediaan Barang

Tteokinian akan menyediakan bahan baku berupa *tteok* (rice cake) yang disimpan kedalam *chiller freezer* sebanyak 600 *tteok* perminggu jika terdapat peningkatan permintaan.

5.3 Kualitas Produk/Jasa

Produk kami menghasilkan kualitas terbaik, karena produk ini menggunakan bahan-bahan yang fresh, higeinis, halal dan sehat. Selain itu, produk Tteokinian sudah memiliki label halal dari dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan BPOM. Sehingga konsumen tidak perlu khawatir pada kualitas dari produk Tteokinian.

5.4 Penggunaan Teknologi

Penggunaan teknologi Tteokinian sebagai berikut:

1. Produksi, kami menggunakan teknologi modern untuk memproduksi tteok, yaitu dengan menggunakan *rice flour milling machine* dan *rice cake*

popping machine. Selain menghemat waktu, penggunaan teknologi modern ini dapat memproduksi tteok dalam jumlah banyak.

2. Proses Pembakaran, usaha ini menggunakan *roaster*, dibutuhkan waktu selama +3 menit untuk mendapatkan hasil pembakaran sesuai dengan keinginan.
3. Promosi, Tteokinian menggunakan media social dan web resmi untuk mempromosikan dan mengupdate inovasi baru dari produk Tteokinian.
4. Transaksi, pada transaksi di *booth*, kami menggunakan mesin POS dalam menjalankan operasional dan menginput data serta penjualan Tteokinian dapat tekomputerisasi dengan baik.

BAB VI

ANALISIS ASPEK PEMASARAN

Aspek pemasaran merupakan aspek penting dalam melakukan studi kelayakan bisnis. Aspek tersebut meliputi segmentasi pasar, targeting, positioning, potensi pasar, proyeksi penjualan dan bauran pemasaran.

6.1 Segmentasi Pasar

a. Geografis

Tteokinian akan didirikan di daerah Jakarta Utara. Selain merupakan kota padat penduduk dan memiliki tingkat pekerja yang tinggi, Jakarta Utara merupakan daerah yang memiliki banyak tempat kuliner guna memudahkan para konsumen memesan makanan secara langsung maupun daring melalui aplikasi. Untuk itu, lokasi yang akan dipilih untuk usaha Tteokinian adalah Food Market Sunter beradius ± 1 km dari pemukiman penduduk, sekolah dan perkantoran.

b. Demografis

Tteokinian dapat dikonsumsi untuk usia 8 tahun hingga 50 tahun. Selain itu, produk ini dapat dinikmati oleh semua gender (laki-laki maupun perempuan), serta dapat dikonsumsi juga dinikmati semua kalangan mulai dari menengah kebawah hingga menengah keatas dan dapat dinikmati untuk semua agama khususnya yang beragama muslim karena produk sudah memiliki sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan BPOM.

c. Psikografis

Dengan adanya era globalisasi menjadikan budaya luar mudah masuk ke Indonesia. *Korean Wave* merupakan salah satu budaya luar yang masuk ke Indonesia khususnya Korean Food. Selain masih merupakan negara yang berasal dari Asia dan penggunaan bahan baku memiliki kemiripan. Selain itu,

banyak orang yang berasumsi bahwa tteok hanya memiliki cita rasa pedas yang khas, maka dari itu kami mencoba mengubah pandangan orang terhadap makanan tteoboki melalui Tteokinian dengan varain rasa yang berbeda agar lebih mudah dinikmati.

d. Income Segmentasi

Tteokinian memberikan harga Rp 20.000 per porsi Tteokinian. Harga ini dibuat untuk disesuaikan agar semua kalangan dapat menikmati produk dari Tteokinian.

6.2 Targeting

Produk ini mengambil target Product Specialization, karena berfokus pada cemilan khas korea dengan berbagai varian topping yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan seperti greentea-oreo, cruchy-vanilla, dan morazella-*brown sugar*.

6.3 Positioning

Tteokinian merupakan usaha camilan khas Korea yang berbahan dasar beras. Produk ini merupakan inovasi baru dari *Tteokbokki* yang biasanya disajikan dengan saus *gojuchang*. Yang membuat produk ini berbeda adalah varian rasa dari topping yang disediakan. Varian topping ini akan membuat tteok memiliki rasa yang unik dan berbeda disetiap rasa. Selain itu, Tteokinian juga mudah dijadikan preferensi untuk pemilihan makanan dengan rasa ringan, karena tidak semua konsumen menyukai makanan pedas.

6.4 Estimasi Potensi Pasar

Tteokinian memilih lokasi di Jakarta Utara karena lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis berdekatan dengan pemukiman penduduk, sekolah dan perkantoran. Jakarta Utara memiliki 6 Kecamatan dan 31 Kelurahan.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Administrasi Jakarta Utara mengenai Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin untuk kisaran umur 8th – 50 th, adalah sebagai berikut:

No.	Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	5-9	80.157	78.871	159.028
2.	10-14	66.718	63.633	130.351
3.	15-19	61.460	65.635	127.095
4.	20-24	66.765	78.252	145.017
5.	25-29	83.271	93.000	176.271
6.	30-34	91.741	92.119	183.860
7.	35-39	83.428	80.636	164.064
8.	40-44	69.412	67.587	136.999
9.	45-49	57.877	57.331	115.208
10.	50-54	48.377	49.034	97.411
Total				1.435.304

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Administrasi Jakarta Utara

Jakarta Utara (Food Market Sunter)

$$\begin{aligned}
 Q &= n \times q \times p \\
 &= 1.435.304 \times 2 \times 30\% \\
 &= 861.182,4 \times \text{Rp } 20.000 \\
 &= \text{Rp } 17.223.648.000
 \end{aligned}$$

Dimana :

Q = Total permintaan pasar

n = Jumlah pembeli pasar = 1.435.304

q = Jumlah yang dibeli oleh rata-rata pembeli pertahun = 2 kali pertahun

p = Harga rata-rata satuan = Rp 20.000

6.5 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan pada usaha Tteokinian memiliki target peningkatan penjualan setiap tahunnya. Tteokinian memiliki target penjualan di tahun 2021 sebesar 30000 produk dengan harga jual Rp 25.000 dan setiap tahunnya memiliki peningkatan sebesar 5% menjadi 36000 produk di tahun 2022, 43200 produk di tahun 2023, 51840 produk ditahun 2024 dan 62208 produk di tahun 2025. Dengan demikian, jumlah penerimaan yang diterima oleh usaha Tteokinian sebesar Rp 750.000.000 di tahun 2021, pada tahun 2022 meningkat menjadi Rp 945.000.000 , jumlah penerimaan Tteokinian di tahun 2023 meningkat menjadi Rp 1.190.700.000, sedangkan di tahun 2024 meningkat menjadi Rp 1.500.282.000 , dan meningkat kembali menjadi Rp 1.890.355.320 di tahun 2025.

6.6 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran disebut juga dengan Marketing Mix. Tteokinian memiliki marketing mix sebagai berikut:

a. Product

Product yang akan saya buat adalah produk yang menggunakan tteokboki atau rice cake, makanan yang berasal dari Korea Selatan, dengan bahan utamanya yaitu beras yang dimasak hingga menghasilkan tekstur yang lembut dan kenyal. Tteok ini nantinya akan dikombinasikan dengan varian topping, seperti greentea-oreo, ovomaltine-vanilla dan mozzarella-brown sugar halus.

b. Price :

Kami memberikan harga yang sesuai dengan semua kalangan, baik itu anak sekolah maupun dewasa agar tetap bisa menikmati makanan kami. Cukup dengan Rp. 20000, konsumen bisa menikmati satu porsi tteok beserta dengan varian topping yang sudah dipilih.

c. Place

Tteokinian akan membuka booth di Food Market Sunter, karena mudah dijangkau oleh oleh customer dari 6 Kelurahan di Jakarta Utara. Transportasi

yang tersedia di Food Market Sunter yaitu customer dapat menggunakan Transjakarta, Kereta Api maupun Ojek Online.

d. Promotion

Promosi yang kami lakukan akan kami utamakan di media online, seperti Instagram. Selain itu kami juga menyediakan website resmi yang nantinya akan diisi dengan informasi mengenai tteok dan bagaimana cara pemesanannya. Kami juga akan menambahkan merchant kami di gojek dan grab untuk pesan antar. Selain itu, kami akan melakukan promosi secara online dengan datang ke sekolah, universitas, perkantoran, bazar dan menghadiri event-event dengan tema Korea.

BAB VII

KEUANGAN

7.1 Investasi Awal

No	Nama	Harga Satuan (Rp)	Unit	Total Harga
1.	Booth	Rp 3.500.000	1	Rp 3.500.000
2.	Kompor Gas Rinnai	Rp 250.000	2	Rp 500.000
3.	Rice Flour Milling Machine	Rp 1.800.000	1	Rp 1.800.000
4.	Rice Cake Popping Machine	Rp 110.087.000	1	Rp 110.087.000
5.	Roaster Grill 3 Tungku	Rp 640.000	1	Rp 640.000
6.	Loyang Stainless Steel 34x24x10 cm	Rp 175.000	2	Rp 350.000
7.	Pengukus 45 cm	Rp 270.000	2	Rp 540.000
8.	Freezer Box Panasonic	Rp 1.650.000	1	Rp 1.650.000
9.	Mesin Kasir	Rp 6.625.000	1	Rp 6.625.000
10.	Whisk Mixer	Rp 10.000	1	Rp 10.000
11.	Jaringan Internet	Rp 350.000	1	Rp 350.000
12.	Aprron	Rp 52.000	3	Rp 156.000
13.	Seragam	Rp 150.000	7	Rp 1.050.000
14.	Spanduk	Rp 175.000	3	Rp 525.000
15.	Motor	Rp 18.000.000	1	Rp 18.000.000
16.	Sewa Tempat	Rp 50.000.000	1	Rp 50.000.000
Total				Rp 192.283.000

7.2 Biaya-biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya Perunit	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Gaji karyawan terdiri dari:		
	Manager 1 orang	5.000.000	Rp 5.000.000
	Akuntan 1 orang	4.200.000	Rp 4.200.000

	Bagian gudang 1 orang	3.200.000	Rp 3.200.000
	Chef 1 orang	4.200.000	Rp 4.200.000
	Pemasaran 1 orang	4.200.000	Rp 4.200.000
	Kasir 1 orang	2.950.000	Rp 2.950.000
	Pelayan 2 orang	5.000.000	Rp 5.000.000
	Refill Gas Elpiji 12 kg	2 unit @ 425.000	Rp 3.570.000
	Listrik dan Internet	500.000	Rp 500.000
	Green Pack (Packaging)	300 pieces @ 2.700	Rp 810.000
	Paper Bag	300 pieces @ 500	Rp 150.000
2.	Bahan-bahan terdiri dari:		
	Beras	5 karung @ 450.000	Rp 2.250.000
	Selai Greentea	10 kg @ 135.000	Rp 1.350.000
	Oreo	10 kg @ 75.000	Rp 750.000
	Selai Ovomaltine Crunchy	10 kg @ 250.000	Rp 2.500.000
	Keju Mozarella	10 kg @ 88.000	Rp 880.000
	Brown Sugar	10 kg @ 48.500	Rp 485.000
Total			Rp 8.215.000
3.	Bensin	180.000	Rp 180.000
	Penyusutan		Rp 10.724.400
Total			Rp 52.899.400

Tabel Perhitungan Aktiva Tetap, Nilai Sisa dan Nilai Penyusutan

No.	Nama Aset	Nilai Aktiva Tetap	Umur Ekonomis	Nilai Sisa	Nilai Penyusutan
1.	Booth	3.500.000	5 Tahun	500.000	600.000
2.	Kompur Gas Rinnai	500.000	5 Tahun	150.000	70.000
3.	Rice Flour Milling Machine	1.800.000	5 Tahun	900.000	180.000
4.	Rice Cake Popping Machine	110.087.000	5 Tahun	80.000.000	6.017.400
5.	Roaster Grill 3	640.000	5 Tahun	200.000	88.000

	Tungku				
6.	Loyang Stainless Steel	350.000	5 Tahun	50.000	60.000
7.	Pengukus	540.000	5 Tahun	170.000	74.000
8.	Freezer Box	1.650.000	5 Tahun	600.000	210.000
9.	Mesin Kasir	6.625.000	5 Tahun	1.500.000	1.025.000
10.	Motor	18.000.000	5 Tahun	6.000.000	2.400.000
Total Nilai Penyusutan Aktiva Tetap Pertahun					10.724.400
Amortisasi Biaya Sewa					50.000.000

7.3 Modal Kerja Awal

BIAYA BAHAN BAKU PERTAHUN					
No.	Nama Bahan Baku	Harga Satuan	Unit	Satuan	Total Harga
1	Beras	Rp 450.000	20	Liter	Rp 9.000.000
2	Selai Greentea	Rp 135.000	50	Kilogram	Rp 6.750.000
3	Oreo	Rp 75.000	50	Kilogram	Rp 3.750.000
4	Selai Ovomaltine Crunchy	Rp 250.000	50	Kilogram	Rp 12.500.000
5	Keju Mozarella	Rp 120.000	50	Kilogram	Rp 6.000.000
6	Brown Sugar	Rp 48.500	50	Kilogram	Rp 2.425.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU					Rp 40.425.000

BIAYA KEMASAN					
No.	Nama Item	Harga Satuan	Unit	Satuan	Total Harga
1	Green Pack (Packaging)	Rp 2.700	5000	Pieces	Rp 13.500.000
2	Paper Bag	Rp 500	5000	Pieces	Rp 2.500.000
TOTAL BIAYA KEMASAN					Rp 16.000.000

BIAYA ADMINISTRASI UMUM					
No.	Nama Item	Biaya	Unit	Periode	Total Harga
1	Biaya Listrik dan Internet	Rp 500.000	1	12 Bulan	Rp 6.000.000
2	Service Motor	Rp 200.000	1	12 Bulan	Rp 2.400.000
3	Bensin Motor	Rp 180.000	1	12 Bulan	Rp 2.160.000
4	Sewa Tempat	Rp 50.000.000	1	12 Bulan	Rp 50.000.000
5	Biaya Air	Rp 500.000	1	12 Bulan	Rp 6.000.000
6	Refill Gas LPG 12kg	Rp 425.000	12	12 Bulan	Rp 5.100.000
	Gaji Karyawan terdiri dari:				
	1 Manajer	Rp 5.000.000	1	12 Bulan	Rp 60.000.000
	1 Akuntan	Rp 4.200.000	1	12 Bulan	Rp 50.400.000
	1 Bagian Gedung	Rp 3.200.000	1	12 Bulan	Rp 38.400.000
	1 Chef	Rp 4.200.000	1	12 Bulan	Rp 50.400.000
	1 Pemasaran	Rp 4.200.000	1	12 Bulan	Rp 50.400.000
	1 Kasir	Rp 2.950.000	1	12 Bulan	Rp 35.400.000
	2 Pelayan	Rp 5.000.000	2	12 Bulan	Rp 60.000.000
7	Biaya Penyusutan	Rp 10.724.400	5%	12 Bulan	Rp 536.220
8	Biaya Perawatan Aktiva	Rp 1.500.000		12 Bulan	Rp 1.500.000
TOTAL BIAYA ADMINISTRASI UMUM					Rp 418.696.220

BIAYA PEMASARAN					
No.	Biaya Pemasaran	Biaya	Unit	Periode	Total Harga
1	Biaya Pemasaran	Rp 300.000		12 Bulan	Rp 3.600.000
	Jumlah				Rp 3.600.000

KAS MINIMAL

No.	Kas Minimal	Biaya	Unit	Periode	Total Harga
1	Kas Minimal	Rp 25.000.000		12 Bulan	Rp 100.000.000
	Jumlah				Rp 100.000.000
Jumlah Keseluruhan					Rp 578.721.220

Rekapitulasi Kebutuhan Dana Biaya Operasional Komersial	
Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp 40.425.000
Biaya Kemasan	Rp 16.000.000
Biaya Administrasi Umum	Rp 418.696.220
Biaya Pemasaran	Rp 3.600.000
Kas Minimal	Rp 100.000.000
Jumlah Kebutuhan Dana	Rp 578.721.220

7.4 Analisis Cashflow

URAIAN	2021	2022	2023	2024	2025
Penerimaan					
Jumlah Penjualan	30000	31500	37800	45360	54432
Harga Jual	Rp 25.000	Rp 26.250	Rp 27.563	Rp 28.941	Rp 30.388
Jumlah Penerimaan	Rp 750.000.000	Rp 826.875.000	Rp 1.041.862.500	Rp 1.312.746.750	Rp 1.654.060.905
Pengeluaran					
Biaya Bahan Baku	Rp 40.425.000	Rp 41.233.500	Rp 42.058.170	Rp 42.899.333	Rp 43.757.320
Biaya Administrasi Umum	Rp 418.696.220	Rp 427.070.144	Rp 435.611.547	Rp 444.323.778	Rp 453.210.254
Biaya Kemasan	Rp 16.000.000	Rp 16.320.000	Rp 16.646.400	Rp 16.979.328	Rp 17.318.915
Biaya Pemasaran	Rp 3.600.000	Rp 3.672.000	Rp 3.745.440	Rp 3.820.349	Rp 3.896.756
Biaya Penyusutan	Rp 10.724.400	Rp 10.724.400	Rp 10.724.400	Rp 10.724.400	Rp 10.724.400
Biaya Sewa Tempat	Rp -	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000
Amortisasi Biaya Sewa	Rp 50.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Jumlah Pengeluaran	Rp 539.445.620	Rp 549.020.044	Rp 558.785.957	Rp 568.747.188	Rp 578.907.644
Laba Sebelum Pajak	Rp 210.554.380	Rp 277.854.956	Rp 483.076.543	Rp 743.999.562	Rp 1.075.153.261
Pajak 15%	Rp 31.583.157	Rp 41.678.243	Rp 72.461.481	Rp 111.599.934	Rp 161.272.989
Laba Setelah Pajak	Rp 178.971.223	Rp 236.176.712	Rp 410.615.061	Rp 632.399.627	Rp 913.880.272
Cash Flow	Rp 189.695.623	Rp 246.901.112	Rp 421.339.461	Rp 643.124.027	Rp 924.604.672

7.5 Payback Period

Investasi Awal

Rp 578.721.220

Cash Flow (Tahun Ke-1)

Rp 189.695.623

Rp 389.025.597

Cash Flow (Tahun Ke-2)	Rp 246.901.112 —
	<hr/>
	Rp 142.124.485
Cash Flow (Tahun Ke-3)	Rp 421.339.461 —
	<hr/>
	(Rp 279.214.976)

$$\begin{aligned}
 &= 142.124.485 / 421.339.461 \times 12 \\
 &= 0,337 \times 12 \\
 &= 4,05 \longrightarrow 0,05 \times 30 \\
 &= 2
 \end{aligned}$$

Jadi, Payback Period Tteokinian adalah 2 Tahun 4 Bulan 2 Hari

7.6 Net Present Value

DISKON RATE	15%		
INVESTASI AWAL	Rp 578.721.220		
PERIODE – N	CASH FLOW	FACTOR PV	PV
1	Rp 189.695.623	0,869565217	Rp 164.952.716
2	Rp 246.901.112	0,756143667	Rp 186.692.712
3	Rp 421.339.461	0,657516232	Rp 277.037.535
4	Rp 643.124.027	0,571753246	Rp 367.708.250
5	Rp 924.604.672	0,497176735	Rp 459.691.932
	Rp 2.425.664.895		
JUMLAH KAS BERSIH			Rp 1.456.083.145
INVESTASI AWAL			Rp 578.721.220
NPV			Rp 877.361.925

Dari perhitungan *Net Present Value* (NPV) diatas diperoleh nilai positif sebesar Rp 877.361.925. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Tteokinian **layak** untuk dilaksanakan.

7.7 Profitability Index

Nilai arus kas bersih Rp 1.456.083.145

Investasi awal Rp 578.721.220

Profitability Index = $\frac{\text{Nilai Arus Kas Bersih}}{\text{Investasi Awal}}$

$$= \frac{\text{Rp } 1.456.083.145}{\text{Rp } 578.721.220}$$

$$= 252$$

PROFITABILITY INDEX			
RATE	15%		
PERIODE - N	KAS BERSIH	DISKON FACTOR	PV KAS BERSIH
1	Rp 189.695.623	0,869565217	Rp 164.952.716
2	Rp 246.901.112	0,756143667	Rp 186.692.712
3	Rp 421.339.461	0,657516232	Rp 277.037.535
4	Rp 643.124.027	0,571753246	Rp 367.708.250
5	Rp 924.604.672	0,497176735	Rp 459.691.932
TOTAL PV KAS BERSIH			Rp 1.456.083.145
TOTAL PV INVESTASI			Rp 578.721.220
PI			252

Dari hasil perhitungan diatas, PI menunjukkan bahwa usaha Tteokinian **layak** untuk dilakukan, karena $PI > 1$.

7.8 Internal Rate of Return

INTERNAL RATE OF RETURN					
DISKON RATE	15%			DISKON FACTOR	
PERIODE - N	CASH FLOW	FACTOR PV	PV	35%	PV
1	Rp 189.695.623	0,86956521 7	Rp 164.952.716	0,74074074 1	Rp 122.187.197
2	Rp 246.901.112	0,75614366 7	Rp 186.692.712	0,54869684 5	Rp 102.437.702
3	Rp 421.339.461	0,65751623 2	Rp 277.037.535	0,40644210 7	Rp 112.599.720
4	Rp 643.124.027	0,57175324 6	Rp 367.708.250	0,30106822 8	Rp 110.705.271
5	Rp 924.604.672	0,49717673 5	Rp 459.691.932	0,22301350 2	Rp 102.517.508
	Rp 2.425.664.895				
JUMLAH ARUS KAS BERSIH			Rp 1.456.083.145		Rp 550.447.397
INVESTASI AWAL			Rp 578.721.220		Rp 578.721.220
NPV			Rp 887.361.925		-Rp 28.273.823

$$IRR = 15\% + \frac{Rp\ 887.361.925}{Rp\ 1.456.083.145 - Rp\ 550.447.397} \times (35\% - 15\%)$$

$$IRR = 34\%$$

Dari perhitunga IRR diatas dapat dinyatakan bahwa modal yang diinvestasikan sebesar Rp 578.721.220, dan jika dibandingkan dengan bunga atau biaya modal sebesar 15% maka investasi layak diterima karena IRR bernilai 34%, itu berarti $IRR > \text{suku bunga}$.

7.9 Break Even Point

1. BEP Tahun 2021

$$\text{BEP per unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabe}}$$

$$= \frac{Rp\ 98.940.000}{Rp\ 25.000 - Rp\ 10.000}$$

$$= 6596$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Harga} \times \text{Unit}$$

$$= Rp\ 25.000 \times 6596$$

$$= Rp\ 164.900.000$$

2. BEP Tahun 2022

$$\text{BEP Per Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel}}$$

$$= \frac{Rp\ 98.940.000}{Rp\ 26.250 - Rp\ 10.000}$$

$$= 6089$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Harga} \times \text{Unit}$$

$$= Rp\ 21.000 \times 6089$$

$$= Rp\ 159.826.154$$

3. BEP Tahun 2023

$$\text{BEP Per Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel}}$$

$$= \frac{Rp\ 98.940.000}{Rp\ 27.563 - Rp\ 10.000}$$

$$= 5633$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Harga} \times \text{Unit}$$

$$= \text{Rp } 27.563 \times 5633$$

$$= \text{Rp } 155.274.339$$

4. BEP Tahun 2024

$$\begin{aligned} \text{BEP Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga}-\text{Biaya Variabe;}} \\ &= \frac{\text{Rp } 98.940.000}{\text{Rp } 28.941-\text{Rp } 10.000} \\ &= 5224 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \text{Harga} \times \text{Unit} \\ &= \text{Rp } 28.941 \times 5224 \\ &= \text{Rp } 151.175.890 \end{aligned}$$

5. BEP Tahun 2025

$$\begin{aligned} \text{BEP Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga}-\text{Biaya Variabe;}} \\ &= \frac{\text{Rp } 98.940.000}{\text{Rp } 30.338-\text{Rp } 10.000} \\ &= 4865 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \text{Harga} \times \text{Unit} \\ &= \text{Rp } 30.338 \times 4865 \\ &= \text{Rp } 147.587.851 \end{aligned}$$

BAB VIII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan penilaian pada Analisis Investasi menyatakan bahwa produk Tteokinian menunjukkan nilai positif dilihat dari biaya modal pada tingkat diskonto 15% menghasilkan *Net Present Value* sebesar 877.361.925 dimana $NPV > \text{Investasi}$ adalah LAYAK. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Tteokinian ini merupakan usaha yang layak untuk dilakukan dengan Payback Period 2 Tahun 4 Bulan 2 Hari.

Terdapat nilai positif pada penggunaan metode *Profitability Index* (PI) sebesar 252 yang menyatakan bahwa usaha Tteokinian adalah layak dimana $PI > 1$ yang berarti layak.

Analisis *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 34% merupakan nilai yang melebihi biaya dari modal 15%, dimana $IRR > 15\%$ adalah layak. Maka, Tteokinian merupakan usaha yang layak dilakukan dan dapat menjadi rekomendasi untuk pengembangan bisnis Korean Food.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: PT RajaGafindo Persada.
- Hananto, B. A. 2020. Implementasi Budaya Korea Pada Perancangan Identitas Visual "Mireokki". *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 1-18.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kota Jakarta Utara Dalam Angka 2018*:Badan Statistik Kota Administrasi Jakarta Utara.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Produk Domestik Regional Bruto Kota Jakarta Utara Menurut Lapangan Usaha 2015-2019*: Badan Pusat Statistik Kota Administrasi Jakarta Utara.