

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu Ayam Goreng “Manalagi” di daerah Semarang. Ayam goreng adalah salah satu makanan pokok yang digemari banyak orang dari segala usia dan kalangan. Penamaan “Manalagi” sendiri yang berarti mau makan kemana lagi selain di Ayam Goreng “Manalagi”. Makanan ayam goreng adalah salah satu makanan yang menjadi favorit di masyarakat luas, ayam goreng sendiri menjadi salah satu solusi makanan sehari-hari untuk masyarakat Indonesia, karena rasanya yang gurih, enak dan harganya yang pasti terjangkau menjadi solusi paling utama untuk santapan setiap orang.

Usaha ayam goreng ini dapat dijangkau karena modalnya yang tidak begitu besar dan mempunyai keuntungan yang menjanjikan, maka dari itu saya sebagai peneliti mencoba untuk mengambil kesempatan untuk membuka dan mengembangkan usaha ayam goreng “Manalagi”. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan disini dapat dilihat bahwa ayam goreng sendiri banyak digandrungi oleh seluruh kalangan masyarakat. Sehingga tidak terlalu sulit untuk memulai usaha baru ini.

Pada umumnya ayam goreng yang dijual itu melalui proses pengolahan kuning yang kemudian digoreng. Lain halnya dengan ayam goreng yang dijual di Ayam Goreng “Manalagi” ini yang tidak melalui proses tersebut. Melainkan melalui proses bacem yang menjadi pembeda dengan ayam goreng lain pada umumnya yang kemudian baru digoreng. Rasanya pun pasti berbeda dengan ayam goreng lain pada umumnya.

##### 4.2 Visi dan Misi

###### 4.2.1 Visi

Menjadikan Ayam Manalagi sebagai menu andalan Masyarakat.

###### 4.2.2 Misi

1. Menjaga konsistensi cita rasa manis yang ada pada ayam goreng Manalagi.

2. Mengutamakan kualitas dalam hal pelayanan.
3. Menyajikan masakan dengan higienis.
4. Menggunakan bahan-bahan dengan kualitas pilihan.

### 4.3 Analisis Lingkungan

#### 4.3.1 Pemasaran

Aspek pemasaran membahas tentang *Segmenting, Targeting, Positioning* dan Bauran Pemasaran. Segmenting pasar akan membahas tentang demografis, geografis dan psikografis. Pada targeting juga akan dibahas dari segi geografis, demografis dan psikografis. Selanjutnya akan membahas mengenai gambaran umum responden dan bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion*.

##### 4.3.1.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden dimana akan membahas mengenai hasil perolehan kuesioner yang telah dibagikan kepada 30 responden yang pernah membeli ayam goreng “Manalagi”. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang membeli ayam goreng manis “Manalagi”. Hasil dari penyebaran kuesioner penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Jumlah	Prosentase
	<b>Jenis Kelamin :</b>		
1	Laki-laki	16	53,3%
2	Perempuan	14	46,7%
	Total	30	100%
	<b>Usia :</b>		
	17-26	25	83,3%
	27-36	4	13,3%
	37-46	1	3,4%
	47-56	0	0

	Total	30	100%
	<b>Pekerjaan :</b>		
	Wirausaha	5	16.7%
	Karyawan Swasta	4	13, %
	Mahasiswa	18	60%
	Ibu rumah tangga	3	10 %
	Total	30	100 %
	<b>Penghasilan</b>		
	< 1.000.000	10	33,3 %
	1.000.000 - 2.000.000	6	20%
	2.000.000 - 3.000.000	8	26,7%
	< 3.000.000	6	20%
	Total	30	100%

**Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)**

Berdasarkan tabel jumlah responden diketahui bahwa jumlah laki-laki yaitu 17 orang (53,3%) dan jumlah perempuan yaitu 13 orang (46,7%), dengan usia berkisar 17-26 tahun yang berjumlah 25 (83,3%), yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dan berpenghasilan sekitar 1.000.000 (10 orang), sehingga menurut data kuesioner penelitian ini dikatakan bahwa responden penelitian ini mempunyai kemampuan untuk membeli ayam goreng manis “Manalagi” dengan harga yang terjangkau.

Tabel 4.2  
Tabulasi Silang Usia dan Pekerjaan Responden

Usia	Pekerjaan								Total	
	Wirausaha		Karyawan Swasta		Mahasiswa		Ibu rumah tangga			
	Responden	Persentase	Responden	Persentase	Responden	Persentase	Responden	Persentase	Responden	Persentase
17-26	3	10%	2	6,6%	18	60%	2	6,7%	25	83,3%
27-36	1	3,3%	2	6,6%	-	-	1	3,3%	4	13,4%
37-46	1	3,3%	-	-	-	-	-	-	1	3,3%
47-56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>16,7%</b>	<b>4</b>	<b>13,3%</b>	<b>18</b>	<b>60%</b>	<b>3</b>	<b>10%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa sebagian responden dalam penelitian, berusia diantara 17-26 tahun dan memiliki pekerjaan mahasiswa yaitu 18 orang (60%).

Tabel 4.3  
Jenis promosi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	<i>Buy one get one</i>	14	46,7%
2	<i>Discount</i>	12	40%
3	<i>Cash Back</i>	1	3,3%
4	Potongan ongkos kirim	3	10%
	Total	30	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih *buy one get one* sebagai promosi yang disukai dengan jumlah 14 orang (46,7%). *Discount* juga cukup diminati oleh 12 (40%) responden, discount bisa menjadi salah satu alternatif promo, sedangkan pemilihan pada promosi *cash back* hanya memperoleh jumlah 1 orang

(3,3%) yang berarti promosi *cash back* ini kurang diminati oleh responden karena dari 30 orang responden peminatnya hanya 1 orang. Potongan ongkos kirim juga kurang diminati oleh responden dengan jumlah 3 orang (10%). Berdasarkan data ini dapat dilihat bahwa promosi *buy one get one* adalah promosi yang paling disukai dengan total 14 orang (46,7%) dan promosi *discount* dapat menjadi promosi alternatif agar konsumen ayam goreng manis “Manalagi” tidak bosan.

#### 4.3.1.2 STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

##### **Segmenting**

Sebagai tahap awal dari aspek pemasaran membahas tentang STP atau Segmen pasar dari Ayam manis “Manalagi”, Target pasar, dan posisi pasar dari ayam manis “Manalagi”. Segmen pasar terdiri dari beberapa jenis, berikut adalah penjelasannya :

##### 1. Segmentasi Geografis

Segmen geografis merupakan pembagian pasar sasaran yang terbagi berdasarkan negara, wilayah, kota, dan desa. Segmen geografis Ayam manis “Manalagi” adalah wilayah kota Semarang.

##### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografi sendiri adalah segmen yang membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel-variabel demografik yang terdiri dari :

a. Umur, yaitu membagi pasar berdasarkan umur. Pada kuesioner yang sudah dibagikan umur yang menjadi tujuan untuk mengembangkan usaha ayam goreng manis “Manalagi” berkisar pada umur 17-26 tahun.

Ayam goreng manis “Manalagi” melayani umur dewasa sebagai segmen pasarnya.

b. Kelas sosial, yaitu membagi kelompok sosial dengan kelas sosial yang berbagai macam.

Ayam goreng manis “Manalagi” melayani kelas sosial menengah, yaitu Wirausaha dan Mahasiswa sebagai targetnya.

- c. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar berdasarkan jenis kelamin yang berbeda.

Ayam goreng manis “Manalagi” melayani jenis kelamin pria dan Wanita.

- d. Pendapatan, yaitu membagi pasar berdasarkan kelompok pendapatan yang berbagai jenis.

Ayam goreng manis “Manalagi” melayani masyarakat dengan pendapatan Rp.1.000.000.

### 3. Segmentasi Psikografik

Segmen psikografik dibagi berdasarkan kelompok-kelompok berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai.

Ayam goreng manis “Manalagi” melayani konsumen dengan gaya hidup penikmat kuliner.

#### **Targeting**

Secara geografis, target pasar dari ayam goreng manis “Manalagi” adalah masyarakat kota Semarang, dan secara demografi adalah masyarakat dengan kelas sosial menengah adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 17-26 tahun. Bahasan ini sesuai dengan (tabel 4.2).

Secara psikografis, targetnya adalah masyarakat penikmat kuliner yaitu ayam goreng manis.

#### **Positioning**

hal ini sangat penting untuk memulai bisnis ini. Dalam hal ini usaha ayam goreng manis “Manalagi” mencoba mengembangkan melalui media sosial utama yaitu Instagram. Pada masa penjajakan pasar di Instagram ini dimulai dengan mengikuti atau bisa juga disebut sebagai *follower*, yang mana

mengikuti orang-orang yang bisa dibilang dapat menjadi sarana promosi usaha ini.

#### 4.3.1.3 **Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran terdiri dari beberapa bahasan yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi). Berikut ini adalah perinciannya :

##### 1. Produk

Produk Ayam goreng manis ini berbahan dasar ayam dengan bumbu bawang putih, bawang merah, bubuk ketumbar, kemiri, gula jawa, penyedap rasa dan garam. Semua bumbu dihaluskan terlebih dahulu kecuali gula jawa yang kemudian di sangrai sebentar lalu masukkan ayam, tambahkan air dan masukkan gula jawanya untuk dimasak hingga bumbu meresap pada ayam. Cara penyajian ayam goreng manis ini setelah dimasak beserta bumbu, ayam tinggal digoreng diminyak yang panas dengan api kecil.

Produk yang dipasarkan ini merupakan makanan sehari-hari yang dapat dikonsumsi oleh siapapun. Makanan ini dapat dikonsumsi siapapun karena olahan ayam merupakan makanan pokok setiap orang dan olahan ayam biasanya mudah diterima dimasyarakat luas. Rasa manis yang meresap hingga kedalam daging mampu membuat penikmat merasa ketagihan pada saat memakan ayam goreng manis dari Manalagi.

##### 2. *Price* (Harga)

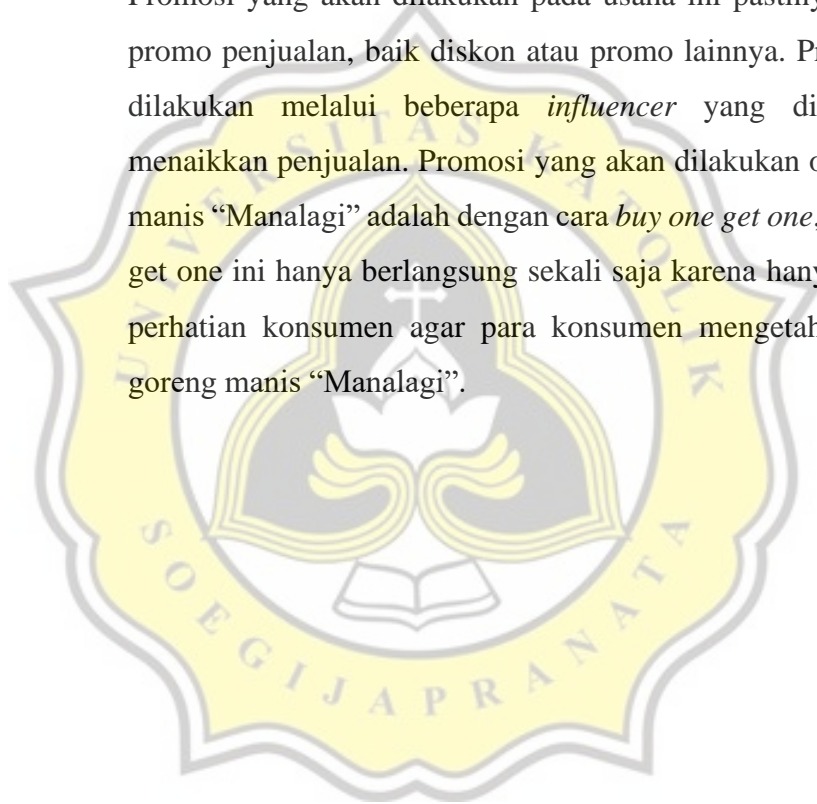
Penentuan harga jual Ayam Goreng Manis ini berdasarkan perhitungan biaya bahan-bahan pokok bumbu, minyak, gas, nasi, hingga box packing. Harga yang pasarkan nantinya bisa dibilang cukup masuk akal dan ramah dikantong. Menu ayam goreng manis ini dijual dengan harga Rp 25.000 sudah beserta nasi. Jadi dengan harga segitu pelanggan sudah bisa kenyang tanpa mengeluarkan uang yang berlebih.

##### 3. *Place* (Lokasi)

Lokasi dari ayam goreng manis “Manalagi” ini harus memiliki tempat yang strategis, mudah dijangkau oleh konsumen dan konsumen juga mudah untuk menemukannya. Lokasi ayam goreng manis “Manalagi” berada pada jalan Puri Anjasmoro K5 no.42. Pada bagian saluran distribusi yang dilakukan oleh ayam goreng manis “Manalagi” dengan cara *online*, barang di kirim dari produsen melalui jasa Grab atau Gojek dan sampai ke konsumen.

#### 4. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang akan dilakukan pada usaha ini pastinya akan diadakan promo penjualan, baik diskon atau promo lainnya. Promosi juga akan dilakukan melalui beberapa *influencer* yang dipercaya mampu menaikkan penjualan. Promosi yang akan dilakukan oleh ayam goreng manis “Manalagi” adalah dengan cara *buy one get one*, promosi buy one get one ini hanya berlangsung sekali saja karena hanya untuk menarik perhatian konsumen agar para konsumen mengetahui produk ayam goreng manis “Manalagi”.





#### 4.3.1.4 Permintaan dan Penawaran

Dalam menentukan perkiraan proyeksi permintaan dan penawaran produk ayam goreng manis “Manalagi”, maka melakukan observasi ke beberapa tempat makan yang menjual produk ayam goreng dengan radius maksimal 5 kilometer dari tempat usaha ayam goreng manis “Manalagi”, dan mendapatkan hasil berikut :

Tabel 4.4  
Perhitungan Potensi Pasar

No	Pesaing	Nomor Telepon	Penjualan Perhari
1	Pak kus	087778183026	50 porsi
2	Ayam goreng lamongan	087832766175	35 porsi
3	Ayam goreng starbid	081325818511	35 porsi
4	Ayam goreng d'TOYOJO	081390220235	40 porsi
5	Ayam goreng Remaja	082135587369	40 porsi
6	Ayam goreng “PANDANARAN”	082220263279	40 porsi
7	Ayam goreng pak timbul	081578401705	60 porsi
	TOTAL		300 porsi

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Dengan dasar data diatas, maka dilakukan proyeksi penawaran dari ayam goreng manis “Manalagi” adalah di bawah para pesaing diatas yaitu sebesar 10% dari total penjualan ayam goreng setiap harinya. Berdasarkan total penjualan ayam goreng dalam sehari adalah 300 porsi (7 tempat), maka ayam goreng manis “Manalagi” mengambil 10% dari total penjualan ayam goreng diatas yaitu 30 porsi setiap harinya.

Tabel 4.5

## Perkiraan Jumlah Penjualan Ayam Goreng Manis “Manalagi” Pada Tahun 2021

Nama	Jumlah Penjualan / hari	Jumlah Penjualan / tahun
Ayam Goreng Manis “Manalagi”	30 porsi	30 x 365 hari = 10.950

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Dari data diatas diasumsikan dalam 1 tahun bekerja 365 hari. Dari tabel diatas jumlah pembeli yang di targetkan 30 porsi perharinya dengan total pertahunnya 10.950 porsi.

Tabel 4.6

## Proyeksi Penjualan Tahun 2021 – 2025

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Ayam Goreng Manis “Manalagi”	10.950	12.045	13.249	14.573	16.030

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Keterangan :

1. Penjualan ayam goreng manis “Manalagi” setiap harinya adalah 30 porsi.
2. Pertumbuhan penjualan ayam goreng manis “Manalagi” diasumsikan sebesar 10% setiap tahunnya dengan melakukan berbagai promosi untuk perkembangannya.

#### 4.3.1.5 Biaya Pemasaran

Berikut ini adalah tabel biaya pemasaran yang dibutuhkan untuk pemasaran ayam goreng manis “Manalagi” :

Tabel 4.7  
Biaya Pemasaran

Media Promosi	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Endorsement	Rp.1.500.000 (300.000x5)	Rp.1.575.000	Rp.1.653.750	Rp.1.736.437	Rp.1.823.259
Pulsa Handphone	Rp. 600.000 (50.000 x 12)	Rp. 630.000	Rp. 661.500	Rp. 694.575	Rp. 729.303
Stiker (1 pack isi 100)	Rp.2.200.000 (20.000x110 pack)	Rp.2.310.000	Rp.2.425.500	Rp.2.546.775	Rp.2.674.113
Biaya Promosi (Buy one get one)	Rp. 404.040	Rp. 424.242	Rp.445.454	Rp. 467.726	Rp. 491.112
Total	Rp.4.704.040	Rp.4.939.242	Rp. 5.186.204	Rp. 5.445.513	Rp. 5.717.787

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Keterangan :

**Asumsikan kenaikan biaya pemasaran sebesar 5% setiap tahunnya, karena setiap tahunnya mengalami inflasi.**

Endorsement merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh *brand* untuk meningkatkan promosi dengan cara mengirimkan produk atau layanan atau jasa terhadap seseorang yang dinilai mampu meningkatkan ketertarikan seseorang terhadap produk atau jasa tersebut. *Endorsement* sendiri memiliki 2 macam yaitu berbayar maupun tidak berbayar, kalau berbayar kita mengirimkan

produk atau layanan atau jasa serta membayar seseorang atau akun tersebut. Kalau yang tidak berbayar (barter) kita hanya mengirimkan produk atau jasa atau layanan, kita hanya mengirimkan produk saja dan kita mendapatkan exposure atau promosi dari orang tersebut dan orang tersebut mendapatkan barang atau produk kita.

Pulsa Handphone dibutuhkan untuk melakukan kegiatan memasarkan produk di media social yaitu dengan cara membagikan foto-foto di Instagram untuk menarik perhatian para calon konsumen.

Stiker yang dimaksud dalam tabel adalah logo dari produk ayam goreng manis “Manalagi”, agar setiap orang yang membeli produk ini akan tahu bahwa ayam yang di beli merupakan produk dari ayam goreng manis “Manalagi”.

Pada awal memulai usaha ini akan melakukan promosi di sosial media dengan maksimal dengan pengeluaran biaya yang seminimal mungkin, untuk menarik calon konsumen agar mengetahui usaha ayam goreng manis “Manalagi” ini.

#### 4.3.2 Produksi

##### 4.3.2.1 Lokasi Usaha

Lokasi usaha ayam goreng manis “Manalagi” berada di Jl. Puri Anjasmoro K5 / 42. Lokasi ini sangat efektif karena berdekatan dengan pembelian bahan baku (Pasar) dan berdekatan dengan kantor-kantor serta banyak orang-orang perumahan. Lokasi saat ini sangat cocok untuk tempat berjualan.

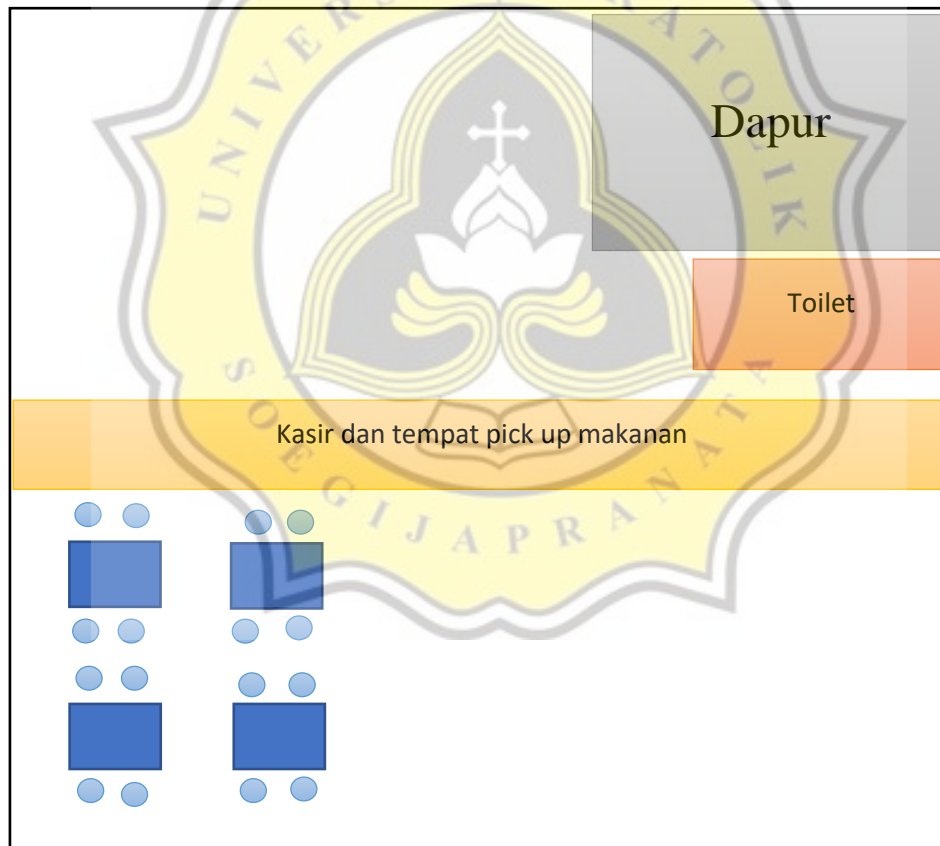
##### 4.3.2.2 Luas Produksi (volume produksi)

Luas produksi adalah kisaran volume produksi yang dapat diproduksi oleh suatu perusahaan.

Luas produksi di ayam goreng manis “Manalagi” pada awalnya menyediakan stok perharinya 30 porsi yang ditargetkan paling tidak 30 porsi tersebut habis terjual dan dapat bertambah targetnya.

#### 4.3.2.3 Layout

Layout atau format usaha yang akan diterapkan pada usaha ayam goreng manis “Manalagi” berada di halaman garasi rumah. Dikarenakan ini merupakan usaha yang baru dibangun dan sehubungan dengan pandemic ini maka ayam goreng manis “Manalagi” ini hanya melayani pemesanan melalui online dan *take away*. Sembari berjalannya usaha ini, kelak nantinya akan bergabung bersama Gojek dan Grab. Maka dari itu di halaman garasi disediakan kursi untuk para driver menunggu dan akan disediakan aqua gelas, permen , dan asbak. Hal ini dilakukan supaya *driver* merasa nyaman saat menunggu pesanan siap.



Gambar 4.1 Layout Ayam Goreng Manis “Manalagi”

Skala = 1 : 100

Luas bangunan = 100 m<sup>2</sup>

#### 4.3.2.4 Mesin dan peralatan

Mesin dan Peralatan pastinya dibutuhkan dalam usaha ini, selain untuk meningkatkan kinerja yang maksimal, mesin dan peralatan yang mempunyai kualitas yang baik juga menjadi nilai plus untuk menghasilkan produk yang baik. Mesin dan peralatan yang dibutuhkan terdiri dari Wajan, Sendok, Garpu, Panci, Kursi.

Tabel 4.8  
Mesin dan Peralatan

Nama	Harga	Unit	Total	UE	Penyusutan/tahun
<b>Mesin</b>					
Kompore	Rp. 350.000	1	Rp. 350.000	8	Rp. 43.750
Frezeer	Rp.1.800.000	1	Rp.1.800.000	8	Rp.225.000
Vakum Sealer	Rp. 600.000	1	Rp. 600.000	5	Rp.120.000
Rice cooker	Rp. 400.000	1	Rp. 400.000	5	Rp. 80.000
Wajan	Rp. 85.000	1	Rp. 85.000	8	Rp. 10.625
<b>Peralatan</b>					
Sendok	Rp. 2.083	48 (4 lusin)	Rp. 100.000		
Garpu	Rp. 2.083	48 (4 lusin)	Rp. 100.000		
Pisau	Rp. 50.000	2	Rp. 100.000	3	Rp. 33.333
Spatula	Rp. 50.000	1	Rp. 50.000	8	Rp. 6.250
Panci	Rp. 150.000	1	Rp. 150.000	8	Rp. 18.750
Kursi	Rp. 25.000	5	Rp. 125.000	8	Rp. 15.625
Meja	Rp. 300.000	2	Rp. 600.000	8	Rp. 7.500
Total			Rp. 4.460.000		Rp. 560.833

Sumber: Data Survey (2021)

#### 4.3.2.5 Bahan Baku

Pentingnya memilih bahan baku yang baik agar dapat menjaga konsistensi rasa pada produk ini, maka dari itu bahan baku yang dibutuhkan yaitu

Ayam, Bawang putih, Bawang merah, Bubuk ketumbar, Kemiri, Gula Jawa, Penyedap rasa, Garam, Lombok.

#### 4.3.3 Sumber Daya Manusia

Dalam aspek Sumber daya manusia berisi tentang rekrutmen, Seleksi, Orientasi, Pelatihan dan Pengembangan, kompensasi yang dibutuhkan karyawan untuk meningkatkan kinerja yang maksimal dan Struktur Organisasi yang akan digunakan dalam Ayam Goreng Manis “Manalagi”.

##### 4.3.3.1 Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan Sumber Daya di bisnis ayam goreng manis “Manalagi” membutuhkan beberapa orang untuk membantu jalanya bisnis ini, karena bisnis ayam goreng manis “Manalagi” merupakan bisnis yang baru berjalan, hanya membutuhkan 1 orang manajer dan 1 orang pekerja paruh waktu.

#### ***Job Description***

##### 1. Manajer Usaha

Ayam goreng manis “Manalagi” ini dikelola oleh pemilik usaha ini yaitu Edo Christianto (22 tahun). Tanggung jawab dan tugasnya adalah :

- a. Bertanggung jawab mengawasi jalanya bisnis ayam goreng manis “Manalagi”.
- b. Bertanggung jawab atas keuangan (pemasukan dan pengeluaran) bisnis ayam goreng manis “Manalagi”.
- c. Bertanggung jawab atas karyawan agar bekerja secara maksimal.

##### 2. Pekerja Paruh Waktu

- a. Bertanggung jawab atas kebersihan dapur.
- b. Membantu jalanya produksi ayam goreng manis.
- c. Membantu packing ayam yang sudah siap.

#### ***Job Specification***

Beberapa persyaratan yang digunakan untuk mencari kriteria karyawan adalah sebagai berikut :

1. Pekerja Paruh Waktu
  - a. Berpengalaman dalam hal memasak
  - b. Minimal lulusan SMP
  - c. Mampu bertanggung jawab atas pekerjaannya.

#### 4.3.3.2 Rekrutmen

Rekrutmen pada bisnis ini adalah dengan cara *share* di postingan *story Instagram* serta dengan cara dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

#### 4.3.3.3 Seleksi

Seleksi dalam pemilihan staff dalam suatu usaha sangat diperlukan guna mengetahui seberapa baik kinerja mereka. Walaupun mungkin sebelumnya sudah memiliki pengalaman kerja, akan tetapi tetap diperlukan seleksi atau tes ulang untuk disesuaikan dengan usaha yang dijalankan. Skemanya calon staff yang sudah menyerahkan lamaran kerja akan diseleksi terlebih dahulu dan setelah lolos seleksi akan menjalankan masa *training* dengan waktu yang telah ditentukan. Dari masa *training* dapat dilihat seberapa baik kinerjanya.

#### 4.3.3.4 Orientasi

Setelah penerimaan karyawan baru, karyawan akan di perkenalkan pekerjaan dan tugas-tugas yang harus dilakukan, agar tidak terjadi suatu kesalahan.

#### 4.3.3.5 Pelatihan dan Pengembangan

Pelatihan dan pengembangan dilakukan setelah karyawan menjalankan pekerjaannya. Pelatihan dan pengembangan ini dilakukan dengan harapan karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan maksimal. Pelatihan dan pengembangan yang akan dilakukan adalah membantu karyawan membuat pembukuan yang benar, membantu pekerja paruh waktu untuk menyajikan makanan yang benar.



#### 4.3.3.6 Kompensasi

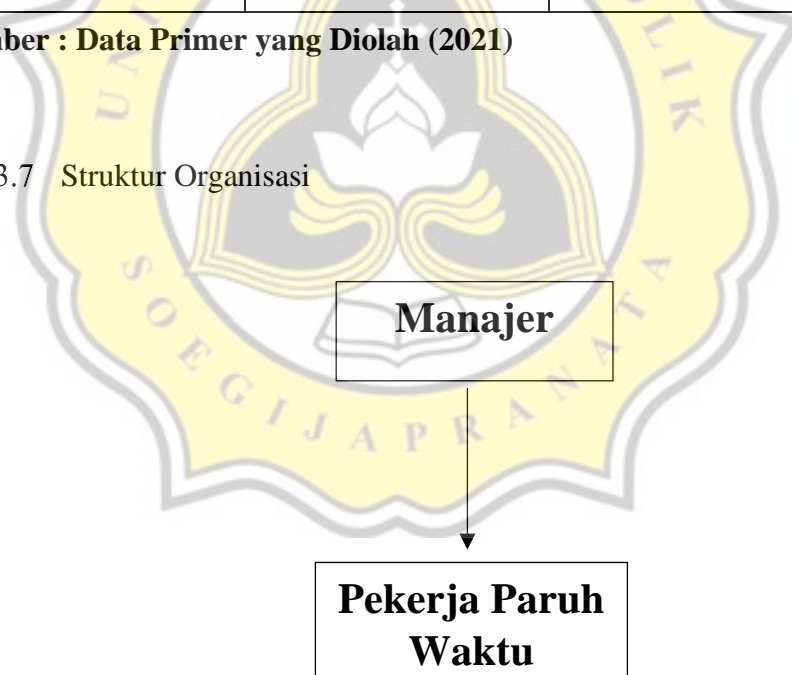
Kompensasi di bawah ini merupakan gaji yang akan diberikan kepada karyawan sebesar :

Tabel 4.9  
Biaya Gaji Karyawan

Biaya Gaji Karyawan		
Manager	Rp.1.000.000	Rp.12.000.000
Pegawai Paruh Waktu	Rp. 30.000 (di kali 365 hari)	Rp.10.950.000
	Total per tahun	Rp.22.950.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

#### 4.3.3.7 Struktur Organisasi



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

#### 4.3.4 Keuangan

Pada bagian ini akan membahas tentang kebutuhan dana, sumber dana, HPP, Proyeksi aliran kas, Analisis kelayakan pada bisnis ayam goreng manis “Manalagi”.

##### 4.3.4.1 Perhitungan perhari

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan Penjualan per hari ayam goreng manis “Manalagi” yaitu 30 porsi ayam goreng yang dijual dengan harga Rp.25.000.

Tabel 4.10  
Perhitungan Pendapatan Per hari / Per tahun

Penjualan per hari	Biaya Bahan Baku	Biaya Bahan Baku per hari	Harga Jual	Pemasukan
30 porsi ayam	Rp. 13.468	Rp. 404.040	Rp.25.000	Rp. 750.000
Total Pengeluaran per hari		Rp. 404.040		
Total Pendapatan per hari				Rp. 750.000
Total Pendapatan per tahun				Rp.273.750.000

Sumber : Data Primer (2021)

Keterangan :

$$\begin{aligned} \text{Pemasukan} &= 30 \text{ porsi ayam} \times \text{Rp. } 25.000 \\ &= \text{Rp.}750.000 \end{aligned}$$

Total pendapatan perhari Rp. 750.000 (pendapatan kotor).

$$\begin{aligned} \text{Total Pendapatan pertahun} &= \text{Rp. } 750.000 \times 365 \text{ hari} \\ &= \text{Rp. } 273.750.000 \end{aligned}$$

Perkiraan Pendapatan Tahun pertama sebesar Rp. 273.750.000

#### 4.3.4.2 HPP

menghitung harga pokok produksi ada beberapa biaya yang harus diketahui terlebih dahulu diantaranya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.

### 1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dibutuhkan untuk membuat produk, dalam hal ini adalah biaya bahan baku untuk membuat ayam goreng manis. Di bawah ini adalah tabel rincian Biaya Bahan Baku yang digunakan.

Tabel 4.11  
Biaya Bahan Baku

Nama	Harga	Ayam Goreng Manis “Manalagi”
Ayam (7,5 ekor)	300.000 (40.000 x 7,5)	10.000
Bawang putih ¼ kg	6.500	217
Bawang merah ¼ kg	6.500	217
Bubuk ketumbar	1.000	33
Kemiri 1/5 ons	5.000	167
Gula jawa ¼ kg	4.000	133
Penyedap rasa ¼ kg	9.000	300
Garam (1 bungkus)	2.000	67
Cabai ½ kg	12.500	417
Beras 2,5 kg	27.500	917
Box	30.000	1.000
Bahan Baku / porsi		13.468

Sumber : Data Survey (2021)

Berdasarkan tabel diatas total biaya bahan baku 1 porsi ayam goreng manis “Manalagi” adalah RP. 13.468

Tabel 4.12

Total Biaya Bahan Baku

Total Biaya Bahan Baku / Hari	Rp. 404.040
Total Biaya Bahan Baku / Tahun	Rp.147.474.600

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Keterangan :

Biaya bahan baku ayam goreng manis “Manalagi” diperoleh dari biaya bahan baku dikali dengan jumlah penjualan perharinya 30 porsi ayam goreng.

**2. Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya tenaga kerja langsung yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar gaji karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi ayam goreng manis “Manalagi”. Tenaga kerja langsung dalam bisnis ini yaitu seorang pegawai paruh waktu. Pegawai paruh waktu yang digunakan dalam bisnis ini hanya 1 orang.

Tabel 4.13

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Gaji	Jumlah	Total
Gaji Manager	Rp.1.000.000	1	Rp. 12.000.000
Gaji Pegawai Paruh Waktu	Rp.30.000	1	Rp. 10.950.000
BTKL / Tahun			Rp. 22.950.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Keterangan :

Upah gaji tenaga kerja perpersi ayam adalah Rp. 1.000 yang dihitung dari (30.000 : 30)

Perkiraan perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung tahun 2021-2025 selanjutnya dapat dipergunakan dalam menghitung aspek keuangan yaitu neraca laba rugi, dan neraca laporan arus kas.

Tabel 4.14

Perkiraan Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung 2021 – 2025

Tahun	Total BTKL
2021	22.950.000
2022	25.245.000
2023	27.769.500
2024	30.546.450
2025	33.601.095

**Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)**

Keterangan :

Asumsikan kenaikanya setiap tahun sebesar 10% terkait laju inflasi tahun 2020 sebesar 8,51 %, sehingga dibulatkan menjadi 10%.

### 3. Biaya Overhead

Biaya overhead terdiri dari biaya listrik, biaya air, gas, box makanan, dan penyusutan peralatan

Tabel 4.15  
Biaya Overhead

Keterangan	Perbulan	Pertahun
Biaya Listrik	Rp. 200.000	Rp. 4.800.000
Biaya Air	Rp. 150.000	Rp. 4.200.000
Gas 3 kg	Rp. 210.000 (12 tabung)	Rp. 3.360.000
Box Makanan	Rp .900.000 (30 box x 30 hari)	Rp. 10.800.000
Penyusutan Peralatan		Rp. 560.833
Total		Rp. 23.720.833

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Perkiraan perhitungan Biaya Overhead Tahun 2021 - 2025 dapat digunakan untuk menghitung aspek keuangan antara lain laporan laba rugi, dan laporan arus kas.

Tabel 4.16

### Perkiraan Perhitungan Biaya Overhead Tahun 2021-2025

Tahun	Total Biaya Overhead
2021	Rp. 23.720.833
2022	Rp. 26.092.916
2023	Rp. 28.702.207
2024	Rp. 31.572.427
2025	Rp. 34.729.669

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Keterangan : Asumsikan kenaikanya setiap tahun sebesar 10% terkait laju inflasi tahun 2020 sebesar 8,51 %, sehingga dibulatkan menjadi 10%.

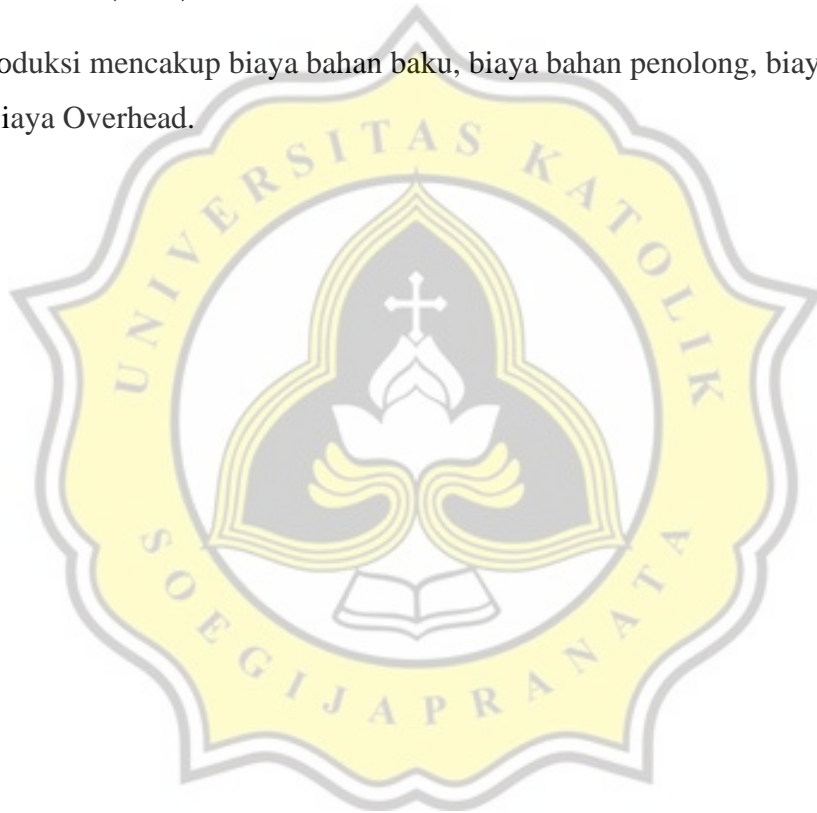
Tabel 4.17

## Total Perhitungan Harga Pokok Produksi

Keterangan	Total
Biaya Bahan Baku	Rp. 147.474.600
BTKL	Rp. 22.950.000
Biaya Overhead	Rp. 23.720.833
<b>Total Harga Pokok Produksi / Tahun</b>	<b>Rp. 194.145.433</b>

Sumber : Data Primer (2021)

Harga Pokok Produksi mencakup biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead.



#### 4.3.4.3 Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan untuk perencanaan bisnis ayam goreng manis ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18

Tabel Kebutuhan Dana

<b>Keterangan</b>	<b>Total (dalam Rupiah)</b>
Biaya pemasaran	4.704.040
BBB (Biaya Bahan Baku + Bahan Penolong)	147.474.600
BTKL	22.950.000
BOP	23.720.833
Total Kebutuhan Dana / Tahun	198.849.437

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

#### 4.3.4.4 Sumber Dana

Tabel 4.19

Investasi Bisnis Ayam “Manalagi”

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Mesin dan Peralatan	Rp. 4.460.000
Total	Rp. 4.460.000



#### 4.3.4.5 BEP Rupiah dan BEP Unit

$$\begin{aligned}\text{Biaya Tetap Pajak)} &= (\text{Gaji Karyawan} + \text{Biaya Penyusutan Peralatan} + \text{Biaya}) \\ &= 22.950.000 + 560.833 + 7.586.540 \\ &= 31.097.373\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya Variabel} &= (\text{BTKL} + \text{BBB}) \\ &= 22.950.000 + 147.474.600 \\ &= 170.424.600\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BEP Rupiah (Rp.25.000)} &= 31.097.373 / ((1 - (15.563 / 25.000))) \\ &= 31.097.373 / 0,38 \\ &= 81.835.192\end{aligned}$$

Keterangan : untuk mencapai titik BEP dengan harga 25.000, maka dalam satu tahun harus mendapatkan nilai rupiah sebesar Rp. 81.835.192.

$$\begin{aligned}\text{BEP Unit (Rp.25.000)} &= 31.097.373 / (25.000 - 15.563) \\ &= 31.097.373 / 9.437 \\ &= 3.295 \text{ porsi / tahun}\end{aligned}$$

Keterangan : untuk mencapai titik impas atau BEP penjualan dengan harga Rp.25.000, harus menjual 3.295 porsi setiap tahun.

Tabel 4.20  
Initial Investment

No	Keterangan	Total
1	Investasi	Rp. 4.460.000
2	HPP	Rp.194.145.433
3	Biaya Operasi	Rp. 4.704.040
		Rp.203.309.473



4.3.4.6 Laporan Laba Rugi

Tabel 4.21

Laporan Laba Rugi

Ayam Goreng Manis “Manalagi”

2021 -2025

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan		Rp 273,750,000.00	Rp 301,125,000	Rp 331,237,500	Rp 364,361,250	Rp 400,797,375
HPP		Rp 194,145,433.00	Rp 213,559,976	Rp 234,915,974	Rp 258,407,571	Rp 284,248,328
Laba Kotor		Rp 79,604,567	Rp 87,565,024	Rp 96,321,526	Rp 105,953,679	Rp 116,549,047
<b>Biaya Operasi</b>						
Biaya Pemasaran	Rp 4,704,040	Rp 4,704,040	Rp 4,939,242	Rp 5,186,204	Rp 5,445,514	Rp 5,717,790
Total Biaya Operasi	Rp 4,704,040	Rp 4,704,040	Rp 4,939,242	Rp 5,186,204	Rp 5,445,514	Rp 5,717,790
<b>EBT</b>		Rp 74,900,527	Rp 82,625,782	Rp 91,135,322	Rp 100,508,164	Rp 110,831,257
Pajak 10 %		Rp 7,490,053	Rp 8,262,578	Rp 9,113,532	Rp 10,050,816	Rp 11,083,126
<b>EAT</b>		<b>Rp 67,410,474</b>	<b>Rp 74,363,204</b>	<b>Rp 82,021,790</b>	<b>Rp 90,457,348</b>	<b>Rp 99,748,131</b>

Sumber : Data Primer (2021)

**Keterangan** : kenaikan 10%

HPP = (BBB + BTKL + BOP)

Biaya Pemasaran Rp. 358.333 per bulan

4.3.4.7 Proyeksi Aliran Kas

Tabel 4.22

Laporan Arus Kas

BISNIS AYAM GORENG MANIS “MANALAGI”

TAHUN 2021-2025

Kas Masuk	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan		Rp 273,750,000	Rp 301,125,000	Rp 331,237,500	Rp 364,361,250	Rp 400,797,375
Modal Sendiri	Rp 203,309,473					
Total Kas Masuk	Rp 203,309,473	Rp 273,750,000	Rp 301,125,000	Rp 331,237,500	Rp 364,361,250	Rp 400,797,375
Kas keluar						
Investasi	Rp 4,460,000					
Biaya Pemasaran		Rp 4,704,040	Rp 4,939,242	Rp 5,186,204	Rp 5,445,514	Rp 5,717,790
HPP		Rp 194,145,433	Rp 213,559,976	Rp 234,915,974	Rp 258,407,571	Rp 284,248,328
Total Kas Keluar	Rp 4,460,000	Rp 198,849,473	Rp 218,499,218	Rp 240,102,178	Rp 263,853,086	Rp 289,966,118
<b>Selisih</b>	<b>Rp 198,849,473</b>	<b>Rp 74,900,527</b>	<b>Rp 82,625,782</b>	<b>Rp 91,135,322</b>	<b>Rp 100,508,164</b>	<b>Rp 110,831,257</b>
Saldo Kas Awal		Rp 197,884,600	Rp 272,785,127	Rp 355,410,909	Rp 446,546,231	Rp 547,054,395
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>Rp 197,884,600</b>	<b>Rp 272,785,127</b>	<b>Rp 355,410,909</b>	<b>Rp 446,546,231</b>	<b>Rp 547,054,395</b>	<b>Rp 657,885,652</b>

Sumber : Data Primer (2021)

**Keterangan :**

Modal = (Investasi Rp. 4.460.000 + HPP Rp. 194.145.433 + Biaya Operasi Rp. 4.704.040).

Total Kas Keluar = Biaya Pemasaran + HPP

Selisih = Total Kas Masuk – Total Kas Keluar

Saldo Kas Awal = Saldo Kas Akhir Tahun Sebelumnya

Saldo Kas Akhir = Selisih + Saldo Kas Awal

4.3.4.8 Neraca

Tabel 4.23

Laporan Neraca

Bisnis Ayam Goreng Manis “Manalagi”

Aktiva	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Kas	Rp 197,884,600	Rp 272,785,127	Rp 355,410,909	Rp 446,546,231	Rp 547,054,395	Rp 657,885,652
Aktiva Tetap	Rp 4,460,000	Rp 4,460,000	Rp 4,460,000	Rp 4,460,000	Rp 4,460,000	Rp 4,460,000
<b>Total Aktiva</b>	<b>Rp 202,344,600</b>	<b>Rp 277,245,127</b>	<b>Rp 359,870,909</b>	<b>Rp 451,006,231</b>	<b>Rp 551,514,395</b>	<b>Rp 662,345,652</b>
Passiva						
Modal	Rp 203,309,473	Rp 203,309,473	Rp 203,309,473	Rp 203,309,473	Rp 203,309,473	Rp 203,309,473
EAT		Rp 67,410,474	Rp 74,363,204	Rp 82,021,790	Rp 90,457,348	Rp 99,748,131
Laba ditahan			Rp 67,410,474	Rp 141,773,678	Rp 223,795,468	Rp 314,252,816
<b>Total Passiva</b>	<b>Rp 203,309,473</b>	<b>Rp 270,719,947</b>	<b>Rp 345,083,151</b>	<b>Rp 427,104,941</b>	<b>Rp 517,562,289</b>	<b>Rp 617,310,419</b>

Sumber : Data Primer (2021)

Keterangan :

Total Aktiva = Kas + Aktiva Tetap

Total Passiva = Modal + EAT

Pada tahun pertama laba bersih setelah pajak yang diperoleh adalah sebesar Rp. 67.410.474 dan terus meningkat setiap tahunnya.

#### 4.3.4.9 Analisis Kelayakan

##### 1. NPV

Selisih antara present value kas bersih (total PV) di kurangi present value investasi (*initial investment*).

Tabel 4.24 NPV

Laba Bersih	Depresiasi	Cash Infow	Discount factor 11%	Present Value
Rp 74,900,527	Rp 560,833	Rp 75,461,360	0.900	Rp 67,915,224
Rp 82,625,782	Rp 560,833	Rp 83,186,615	0.811	Rp 67,464,345
Rp 91,135,322	Rp 560,833	Rp 91,696,155	0.731	Rp 67,029,889
Rp 100,508,164	Rp 560,833	Rp 101,068,997	0.658	Rp 66,503,400
Rp 110,831,257	Rp 560,833	Rp 111,392,090	0.593	Rp 66,055,509
Total PV				Rp 334,968,367
Initial Investment				Rp 203,309,473
NPV				Rp 131,658,894

Sumber : Data Primer (2021)

Keterangan :

Asumsi *discount factor* 11%, karena sebagian besar modal berasal dari pinjaman bank dan bunga pinjaman dari bank BRI sebesar 8,25%, sedangkan disini digunakan *discount factor* 11% dan masih menguntungkan.

Laba Bersih + Depresiasi = Cash Inflow

$Cash\ Inflow \times Discount\ factor = Present\ Value$

$NPV = PV - Initial\ Investment$

## 2. Provitability Index

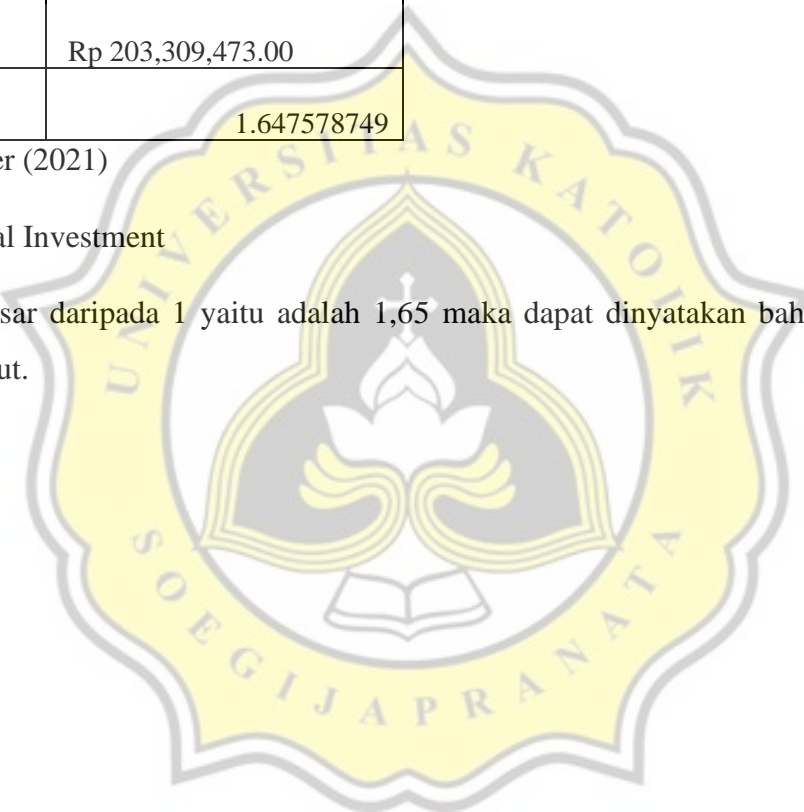
Tabel 4.25 PI

Total PV	Rp 334,968,367.16
Initial Investment	Rp 203,309,473.00
Profitability Index	1.647578749

Sumber : Data Primer (2021)

$$PI = \text{Total PV} / \text{Initial Investment}$$

Karena PV lebih besar daripada 1 yaitu adalah 1,65 maka dapat dinyatakan bahwa proyek ini punya potensi untuk diteruskan lebih lanjut.



### 3. Payback Period

Tabel 4.26 Payback Period

Initial investment	Rp	203,309,473
Cash inflow th 1	Rp	75,461,360
Belum tertutup	Rp	127,848,113
Cash inflow th 2	Rp	83,186,615
Belum tertutup	Rp	44,661,498
Cash inflow th 3	Rp	91,696,155
Sudah tertutup		0.48705966
Payback Period		2.48705966

**Sumber : Data Primer (2021)**

Keterangan :

Payback Period = 2 tahun (0,49 x 12 bulan)

= 2 tahun 5 bulan

Payback Period kurang dari 5 tahun maka bisnis ini punya potensi untuk diteruskan lebih lanjut.



4. IRR (Internal Rate of Return)

Tabel 4.27 IRR

Tahun	Cash Inflow	Discount Factor 30%	Present Value	Discount Factor 35%	Present Value
1	Rp 75,461,360	0.7692	Rp 58,044,878	0.7407	Rp 55,894,229
2	Rp 83,186,615	0.5917	Rp 49,221,520	0.5487	Rp 45,644,495
3	Rp 91,696,155	0.4552	Rp 41,740,090	0.4064	Rp 37,265,317
4	Rp 101,068,997	0.3501	Rp 35,384,256	0.3011	Rp 30,431,875
5	Rp 111,392,090	0.2693	Rp 29,997,890	0.223	Rp 24,840,436
	Total PV		Rp 214,388,633		Rp 194,076,353
	NPV		Rp 11,079,160		-Rp 9,233,120

Sumber : Data Primer (2021)

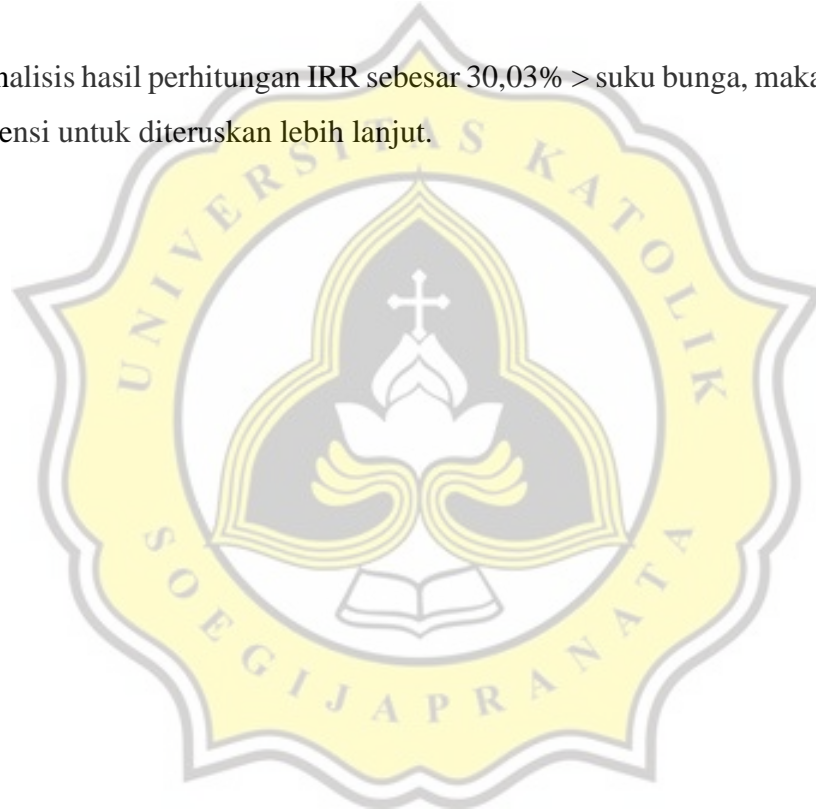
interpolasi

30%	Total PV 30%	Rp214,388,633	Total PV 30%	Rp214,388,633
	Total PV 35%	Rp194,076,353	Initial Investment	Rp203,309,473
		<u>Rp20,312,280</u>		<u>Rp11,079,160</u>

perhitungan IRR

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 30\% + (11.079.160 / 20.312.280) \times 5\% \\ &= 30\% + 0.54544148 \times 5\% \\ &= 30\% + 0.02727207 \\ &= 30.03\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis hasil perhitungan IRR sebesar 30,03% > suku bunga, maka IRR > tingkat suku bunga dikatakan bisnis ini punya potensi untuk diteruskan lebih lanjut.



#### 4.4 Analisa Keuntungan / Kegagalan dan Proyeksi Kedepan

Tabel 4.28

#### Analisa Keuntungan atau Kegagalan

NO	Analisis Lingkungan	Keterangan
1	Aspek Pemasaran	Dari keterangan diatas aspek Pemasaran sudah memenuhi
2	Aspek Produksi	Dari keterangan diatas aspek Produksi sudah memenuhi
3	Aspek SDM	Dari keterangan diatas aspek SDM sudah memenuhi
4	Aspek Keuangan	Dari keterangan diatas aspek Keuangan sudah memenuhi

