

MIE WARNA BUKIT (PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA KEDAI MIE)

Rusdiansyah (Rusdiansyah2982@yahoo.co.id)

Yulizar Kasih (yulizar.mdp@gmail.com)

Retno Budi Lestari (retno@stie_mdp.ac.id)

Jurusan Manajemen

STIE MDP

Ringkasan Eksekutif : Mie Warna bukit adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner, pembuatan mie yang berkonsep warna warni pada semangkuk mie walaupun berwarna warni tetapi tetap sehat dan bergizi karena menggunakan bahan dari sayur-sayuran segar. modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar yaitu Rp 391.000.000,00. *Payback Period* usaha ini adalah selama 2 tahun 3 bulan, nilai *net present value* positif sebesar Rp 132.054.338 dan nilai *internal rate of return* sebesar 22%. Berdasarkan ketiga alat analisis tersebut usaha ini layak dijalankan dan memiliki prospek keberlangsungan yang cukup baik.

Kata Kunci : Mie Warna Bukit, Mie

Executive Summary : Mie Warna Bukit is enterprise that engaged in the field of culinary, noodle was made with colorful concept, although has many colors but still health and full of nutrient because it used many fresh vegetable as its ingredients. It needs capital in amount of Rp 391.000.000, Payback period about 2 years and 3 months, net present value is positive in amount of Rp 132.054.338 and internal of return about 22%. Based that 3 analyzes method, this enterprise was eligible business and has good prospect in the future.

Keywords : Mie Warna Bukit, Noodle

1. Pendahuluan

1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Melihat pengkonsumsi mie di Indonesia memiliki pasar yang luas, faktor tersebut menjadi peluang pasar yang cukup besar bagi penulis untuk membuka usaha kedai mie di karenakan melihat adanya lahan pasar yang merupakan tempat target konsumen usaha kedai mie ini, yaitu di daerah Bukit Besar Palembang yang berlokasi di jalan Srijaya Negara Palembang.

Selain pengkonsumsi mie di Indonesia yang besar, alasan yang mendukung keinginan penulis untuk membuka usaha kedai mie ini adalah banyaknya mahasiswa dan pelajar yang menjadi target utama calon konsumen usaha ini yang berada di kawasan tersebut serta faktor gaya hidup yang serba praktis dan juga aktivitas manusia yang semakin hari

semakin meningkat membuat waktu yang digunakan untuk mengolah makanan sendiri dirumah menjadi terbatas. Berdasarkan artikel sumbernews.com2012 setiap bulan rata-rata umur 17-24 tahun menghabiskan waktu 15 kali dalam 1 bulan untuk jajan diluar dengan alasan gaya hidup dan lebih praktis. Hal itu sangat tepat karena target utama dari usaha kedai Mie Warna Bukit ini adalah anak muda/mahasiswa dan pelajar yang berada di kawasan Bukit besar.

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-nilai

Visi kami adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan Mie Warna Bukit sebagai usaha kuliner yang terkenal dan diminati di area Sumatera Selatan.

Misi Mie Warna Bukit :

1. Terus melakukan inovasi terhadap warna mie atau tambahan produk

- baru untuk terus menarik perhatian pasar.
2. Terus menjaga kualitas produk dan pelayanan.
 3. Menyediakan berbagai variasi mie yang enak, unik dan meyeatkan karena terbuat dari sari sayuran segar tanpa bahan pengawet.

Tujuan Mie Warna Bukit :

1. Menyediakan lapangan pekerjaan.
2. Mengubah pemikiran masyarakat bahwa mie tidak mengandung berbagai macam bahan berbahaya seperti formalin, pengental dan pewarna berbahaya bahkan mie warna bukit ini menyehatkan solusinya akan saya lakukan dengan cara promosi yang menjelaskan bahwa mie warna bukit ini memakai warna mie dari sari sayuran segar.
3. Meningkatkan kecerdasan masyarakat akan memilih jajanan mie yang lebih sehat.
4. Menjadi pilihan favorit menikmati mie yang unik, lezat, bergizi, bagi anak-anak, remaja, orang dewasa

1. Gambaran Usaha

Usaha yang bergerak di bidang kuliner ini rencananya akan berlokasi di daerah Bukit Besar Palembang yang berada di jalan Srijaya Negara dengan nama usaha kedai Mie Warna Bukit. Penggunaan nama ‘Warna Bukit’ di sini saya pergunakan karena usaha mie ini memiliki mie yang banyak varian warna bukan hanya berwarna kuning saja tetapi banyak warna yang akan ada pada mie ini seperti warna orange, hijau, hitam, kuning, ungu yang semua warna tersebut terbuat dari sari sayuran segar tanpa pewarna yang berbahaya dan untuk nama ‘Bukit’ sendiri di ambil dari nama tempat dari usaha ini sendiri yang berlokasi di daerah Bukit besar Palembang.

Usaha ini pun akan berbentuk seperti kedai mie dengan menggunakan sebagian ruko dan pemakaian tenda untuk di

bagian depan dengan menggunakan konsep warna warni/pelangi pada setiap dinding ruko dan usaha ini pun akan buka setiap hari mulai dari jam 09.00-17.00. Karyawan-karyawan Mie Warna Bukit juga akan diberi pakaian dengan konsep berwarna warni untuk memberikan nuansa keceriaan pada usaha kedai Mie Warna Bukit ini.

Setelah di bukanya usaha ini saya akan mengubah pandangan para pencinta mie dikota Palembang dengan tidak hanya sekedar menikmati semangkuk mie yang enak tetapi juga memikirkan kesehatan pada mie tersebut dan tentunya mereka akan beralih dengan mencari menu mie yang baru dan enak tentunya sehat dan bergizi.

Keunikan dan keunggulan dari usaha ini adalah :

1. Memiliki varian warna yang bervariasi dan menarik di bandingkan mie pada umumnya dan dijamin tanpa menggunakan pewarna ataupun formalin dan pengental.
2. Memiliki cita rasa yang enak dan lembut dengan jenis tepung berprotein yang tinggi dan diolah menjadi berbagai macam sayur untuk menjadikan berbagai macam warna mie yang unik
3. Merupakan mie yang sehat karena terbuat dari campuran sari sayuran segar
4. Memiliki topping yang banyak pilihan sesuai keinginan
5. Menggunakan konsep tempat yang menarik dengan tampilan kedai yang bernuansa pelangi, menggambarkan keceriaan di tempat usaha ini.
6. Menerima orderan dalam jumlah besar untuk event tertentu, seperti acara ulang tahun sesuai dengan keinginan konsumen seperti warna-warna pada mie untuk menceriaan hari ulang tahun.

2. Aspek Pemasaran

2.1 Segmen Pasar, Target Pasar, Positioning

Segmentasi dari usaha mie ini adalah untuk pria maupun wanita dari anak-anak maupun orang tua, pada kelas ekonomi menengah ke bawah, yang berada di kawasan Bukit Besar maupun mahasiswa dan pelajar yang berada di daerah sekitar area bukit besar Palembang yaitu terdapat beberapa Universitas seperti Universitas Sriwijaya, Pasca sarjana dan beberapa sekolah seperti SMA Negeri 1, SMK Negeri 3, SMA Srijaya negara. Target pasar dari usaha ini adalah pelajar, mahasiswa yang ada di sekitaran Bukit Besar Palembang itu sendiri dan konsumen yang secara sengaja untuk datang ke kedai mie warna bukit, dan juga bagi para pecinta mie di kota Palembang akan tetapi lebih fokus pada pelajar & mahasiswa usia 15 tahun ke atas.

Positioning kedai mie warna bukit adalah menjadikan kedai mie warna bukit ini sebagai pilihan favorit menikmati mie yang unik, lezat, bergizi, bagi anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga kakek, nenek

2.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Melihat data pesaing yang ada, saya akan menghitung terlebih dahulu jumlah besarnya permintaan potensial dengan melihat jumlah penduduk di kota Palembang yaitu sebesar 1.500.000 jiwa tetapi yang saya pergunakan hanya data jumlah penduduk kecamatan ilir barat1 tahun 2013 yaitu sebesar 229.640 jiwa dan ditambah dengan jumlah target utama calon konsumen usaha ini adalah pelajar dan mahasiswa dengan kelompok umur antara 15 sampai 24 tahun yaitu sebesar 292.360 jiwa di kota Palembang (*Palembang.go.id*). Maka jumlah pasar yang potensial berjumlah 577.200 jiwa. Diasumsikan

bahwa 50% dari pasar potensial tersebut adalah permintaan potensial, yaitu 288.600 orang, saya asumsikan besarnya 50% karena data yang di ambil adalah mayoritas jumlah target utama calon konsumen yaitu kelompok umur 15 sampai 24 tahun. Melihat dari jumlah permintaan potensial tersebut, bila seluruh pesaing memasuki pasar yang sama, maka jumlah permintaan potensial yang belum terlayani oleh pesaing adalah sebesar 288.000 orang. Jumlah ini didapatkan dari hasil pengurangan permintaan potensial dengan jumlah permintaan para pesaing. Dalam memperkirakan besarnya penawaran Mie Warna Bukit maka perlu diketahui terlebih dahulu beberapa data antara lain: jumlah penawaran pesaing dan jumlah permintaan potensial maka saya dapat menghitung perkiraan penawaran mie warna bukit dengan mengasumsikan 0,05% dari jumlah permintaan potensial yaitu sebesar 288.000 orang, jadi perkiraan besarnya penawaran adalah 150 mangkuk/hari. Besarnya jumlah perkiraan ini saya ambil berdasarkan pada informasi jumlah penawaran pesaing mie berbagai olahan di kota Palembang.

2.3 Rencana Penjualan dan Pangsa pasar

Pangsa pasar yang tersedia masih cukup besar untuk mie warna bukit yang mengasumsikan penjualan sebesar 50% yang setara dengan 36.000 mangkuk/tahun. Hal ini dilakukan karena mie warna bukit masih tergolong baru dan cukup banyak pesaing mie berbagai olahan yang ada di kota Palembang tetapi peluang masih terbuka lebar untuk dapat memenuhi permintaan dari para konsumen di kota Palembang dikarenakan belum tersedianya mie yang bervariasi warna dan mementingkan kesehatan seperti yang terdapat pada Mie Warna Bukit. Maka peluang untuk meningkatkan jumlah

penjualan juga akan meningkat dari perkiraan awal sebesar 3000 mangkuk perbulannya hingga kemungkinan dapat terus meningkat seiring dengan perkembangan mie warna bukit di Kota Palembang.

2.4 Analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

- a) Memiliki varian warna yang bervariasi dan menarik di bandingkan mie pada umumnya di kota Palembang dan dijamin tanpa menggunakan pewarna ataupun formalin dan pengental.
- b) Memiliki cita rasa yang enak dan lembut dengan jenis tepung berprotein yang tinggi dan diolah menjadi berbagai macam sayur untuk menjadikan berbagai macam warna mie yang unik.
- c) Merupakan mie yang sehat dan bergizi karena terbuat dari campuran sayuran segar.
- d) Memiliki topping yang banyak pilihan sesuai dengan keinginan pelanggan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a) Pandangan masyarakat mengenai mie warna bukit tidak selalu positif dikarenakan banyak masyarakat yang beranggapan bahwa pembuatan warna mie tersebut akan menggunakan banyak pewarna makanan untuk membuat mie dengan varian warna yang berbeda.
- b) Sebagai pendatang baru mie warna bukit mungkin akan menemui kesulitan mencari pelanggan di Kota Palembang. Sehingga membutuhkan waktu untuk dapat menarik perhatian calon konsumen untuk mempercayai mie warna bukit. Solusi yang dilakukan mie warna bukit adalah dengan cara promosi melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial *online* yang menjelaskan tentang bahan baku yang mengutamakan kesehatan

yang digunakan oleh mie warna bukit.

3. *Opportunities* (Peluang)

- a) Melihat pengonsumsi mie di Indonesia memiliki pasar yang luas, faktor tersebut menjadi peluang pasar yang cukup besar bagi penulis untuk membuka usaha kedai mie di karenakan melihat adanya lahan pasar yang merupakan tempat target konsumen usaha kedai mie ini, yaitu di daerah Bukit Besar Palembang yang berlokasi di jalan Srijaya Negara Palembang.
- b) Selain pengonsumsi mie di Indonesia yang besar, alasan yang mendukung keinginan penulis untuk membuka usaha kedai mie ini adalah ada banyaknya mahasiswa dan pelajar yang menjadi target utama calon konsumen usaha ini yang berada di kawasan tersebut serta faktor gaya hidup yang serba praktis dan juga aktivitas manusia yang semakin hari semakin meningkat membuat waktu yang digunakan untuk mengolah makanan sendiri dirumah menjadi terbatas
- c) Melihat peluang yang ada di kota Palembang bahwa belum adanya usaha kuliner yang menawarkan mie dengan varian warna yang berbeda yang mengutamakan kesehatan dan keunikan pada semangkuk mie.

4. *Threat* (Ancaman)

- a) Ancaman yang ditakutkan adalah para kompetitor akan meniru konsep dari mie warna bukit sehingga mie warna bukit harus selalu siap dengan inovasi baru apabila konsep yang digunakan mie warna bukit telah diikuti oleh para kompetitor.
- b) Terus munculnya inovasi-inovasi tentang berbagai olahan mie.

2.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap pesaing

2.5.1 Produk (*Product*)

Strategi pemasaran yang dilakukan dari segi produk adalah dengan memberikan inovasi pada warna mie tentunya tetap mempunyai nilai gizi karena terbuat dari berbagai macam sayuran dan memberikan variasi pilihan berbagai topping yang lebih banyak di bandingkan pesaing di kota Palembang, selain itu kami juga menawarkan kualitas produk yang baik kepada pelanggan.



2.5.2 Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan oleh Mie Warna Bukit adalah Rp 8.000 s/d 10.000 untuk mie dan untuk topping Rp 3000-Rp.5.000.

2.5.3 Promosi (*Promotion*)

Media Promosi dan target usaha dalam proses pemasaran, kami mengambil beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk mempromosikan mie warna bukit ini :

- a) Langkah pertama, usaha kedai mie warna bukit akan melakukan promosi melalui *word of mouth* dengan membawa sampel produk kepada teman-teman maupun orang-orang yang saya kenal. Dari mereka kami akan mengevaluasi rasa, harga dan kepuasan mereka tentang produk ini. Setelah itu dengan sendirinya, info tentang usaha ini akan tersebar dari mulut ke mulut dari orang-orang yang mencoba sampel mie warna bukit ini.

- b) Promosi melalui media cetak, dan sosial media *online* seperti *Facebook*, *Twitter*, *Blogspot*, dan lain-lain.
- c) Media cetak dipilih karena masyarakat sekarang masih banyak yang mencari berita ataupun informasi khususnya para orang tua yang masih memilih media ini. Pemilihan tertuju pada koran Sumatera ekspres karena Sumeks selain adanya faktor keluarga yang bekerja disana untuk mendapat potongan biaya, koran Sumeks juga menjadi pilihan dari masyarakat untuk mengetahui berita apa saja yang terjadi di dalam kota maupun luar kota sehingga apabila iklan Mie warna bukit dipasang pada koran sumeks maka akan mudah terbaca dan terlihat oleh masyarakat khususnya orang tua
- d) Mie warna bukit juga menggunakan media sosial *online* untuk anak muda yang jarang membaca koran sebagai sarana promosi untuk menarik para komunitas komunitas atau anak muda yang sering mencari dan berbagi informasi melalui media sosial *online* seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Blogspot*.
- e) Mie Warna Bukit juga menggunakan brosur untuk orang-orang yang tidak sempat melihat di koran ataupun di media sosial *online* untuk di bagi-bagikan ke setiap orang yang melintas di kawasan tersebut dan di daerah lain sebagai sarana promosi.
- f) Mie Warna Bukit juga melakukan promosi untuk *grand opening* dengan memberikan *free* topping untuk bulan pertama, pada bulan kedua Mie Warna Bukit akan melakukan *event member* dengan pembelian minimal Rp.100.000 sekali order, member dapat digunakan

untuk diskon 5% pada pembelian mie berikutnya sebagai strategi promosi menarik pelanggan.

- g) Promosi untuk bulan ke 3 dan selanjutnya setiap konsumen yang membeli satu mangkuk mie pelangi akan mendapatkan satu kupon dan setiap 15 kupon yang dikumpulkan, gratis 1 mangkuk mie.
- h) Mie Warna Bukit juga akan membuka event bagi konsumen yang ingin makan gratis yaitu dengan menghabiskan 10 porsi mie biasa atau setara dengan 2,5kg mie bagi konsumen yang berhasil akan mendapatkan uang sebesar Rp.500.000.

3. Aspek Organisasi dan Manajemen

3.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia



3.2 Perijinan

Mie Warna Bukit Mie warna bukit merupakan usaha yang berbentuk badan hukum usaha perorangan dan perijinan yang dibutuhkan adalah SITU (Surat Izin Tempat Usaha), dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SITU dan SIUP ini harus diproses di Kantor pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Palembang.

3.3 Kegiatan Pra Oprasi dan Jadwal Pelaksanaan

1. Pada minggu pertama akan dilakukan penyusunan rencana bisnis untuk menjalankan mie warna bukit dan survei pasar yang akan

dilakukan sekitar lokasi usaha.

2. Pada minggu kedua akan dilakukan kembali penyusunan rencana bisnis, dan melakukan survei kompetitor sejenis.
3. Minggu ketiga akan dilakukan survei lokasi dan mesin/peralatan.
4. Minggu keempat akan dilakukan survei mesin dan rekrutmen karyawan.
5. Minggu kelima karyawan yang telah direkrut akan di *training* sesuai dengan pekerjaan masing-masing .
6. Minggu keenam akan di lakukan training kembali kepada karyawan yang telah direkrut.
7. Minggu ketujuh melakukan promosi dengan sosial media seperti *facebook*, *twitter* dan menyebar *sample* agar dapat dikenal konsumen.

3.4 Inventaris Kantor dan Suplai Kantor

Untuk menunjang operasional dari mie warna bukit diperlukan inventaris dan *supply* kantor. Inventaris kantor adalah segala hal yang dipergunakan kantor dan memiliki umur ekonomis 4 – 16 tahun penggunaan, sedangkan *supply* kantor adalah segala sesuatu yang dipergunakan kantor dengan umur ekonomis 1 tahun penggunaan. Untuk menentukan umur ekonomis dari inventaris Mie Warna Bukit, inventaris tersebut akan dikelompokkan sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan PMK-96/PMK.03/2009 dan berdasarkan observasi kami terhadap usaha sejenis, seluruh inventaris (aktiva tetap) mie warna bukit akan memiliki nilai residu sebesar 50%.

4. Aspek Produksi

4.1 Pemilihan Lokasi

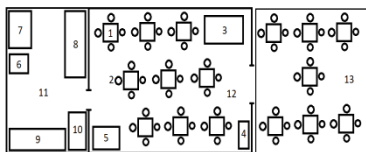
Lokasi yang akan di jadikan sebagai lokasi produksi untuk usaha mie warna bukit ini adalah sama dengan lokasi penjualan dan pemasarannya , yaitu berlokasi di jalan srijaya negara bukit besar Palembang dengan memanfaatkan ruko sendiri dan halaman depannya yang akan memakai tenda, selain itu untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan dibandingkan menyewa lokasi seperti di mall ataupun ruko-ruko yang teletak dipinggir jalan protokol tentunya akan mengeluarkan modal yang jauh lebih besar.

4.2 Rencana Tata Letak

Bentuk dari *layout* Mie Warna Bukit.

Keterangan :

1. Meja makan
2. Kursi
3. Kasir
4. Kulkas minuman
5. WC
6. Meja pembuat minuman
7. kulkas bahan baku
8. meja bahan baku
9. Meja kantor
10. Etalase
11. Dapur
12. Ruko dalam
13. Tenda depan



Gambar 3 : Rencana Tata Letak

4.3 Proses Produksi

Proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk. Berikut ini diagram alur yang menjelaskan tahapan proses produksi dari Mie Warna Bukit :



Gambar 4 : Proses Produksi

4.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Dalam menjalankan operasionalnya Mie Warna Bukit tentunya membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu untuk proses produksi. Biaya yang dibutuhkan untuk bahan baku adalah Rp. 8.050.000 dan bahan pembantu Rp. 13.100.000.

4.5 Tenaga Produksi

Mie Warna Bukit dalam menjalankan usahanya akan menggunakan tiga posisi yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha yaitu bagian dapur, kasir dan bagian pelayan. Pada bagian dapur, tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja profesional yang dapat melakukan proses pembuatan dan peracikan pembuatan mie mulai dari membuat adonan sampai meracik bumbu mie dengan standar kualitas yang telah ditentukan, sehingga mie yang disajikan dapat sesuai selera konsumen. Pada bagian kasir adalah tenaga kerja profesional yang dapat menggunakan komputer dan perhitungan yang baik dan memiliki kepribadian yang baik dan jujur sehingga selalu dapat di percaya dan yang terakhir pada bagian pelayan tenaga kerja ini harus berbahasa indonesia yang baik dan selalu tetap bersabar dan ramah terhadap pelanggan dan memperlakukan

pelanggan layaknya raja. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan sebanyak empat orang 1 bagian dapur, 1 kasir dan 2 pelayan. Kualifikasi yang ditentukan dilakukan agar setiap karyawan yang bekerja di mie warna bukit mampu bekerja secara maksimal pada setiap jenis pekerjaannya.

4.6 Mesin dan Peralatannya

Dalam menjalankan usaha memerlukan mesin dan peralatan untuk mendukung kegiatan operasional. Total biaya yang dibutuhkan untuk Mesin dan peralatan yang dibutuhkan oleh Mie Warna Bukit dalam menjalankan kegiatan operasionalnya adalah Rp.32.800.000

5.7 Tanah, Gedung dan perlengkapan

Lokasi usaha yang dipilih untuk dijadikan tempat usaha dan produksi Mie Warna Bukit adalah dengan memanfaatkan area ruko dan juga halaman depan ruko yang luas tanah sekitar 5m x 12m dengan kisaran harga jual tanah tersebut sebesar Rp. 300.000.000

5. Aspek Keuangan

5.1 Sumber Pendanaan

Total modal yang diperlukan Mie Warna Bukit adalah Rp.391.000.000. Modal tersebut berasal dari dana pribadi sebesar 20% yaitu Rp.78.200.000 dan modal pinjaman dari orang tua sebesar 80% yaitu Rp.312.800.000.

5.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi yang dibutuhkan Mie warna Bukit adalah Rp.32.800.000.

5.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja yang dibutuhkan Mie Warna Bukit adalah Rp.21.150.000.

5.4 Analisis Kelayakan Usaha

5.4.1 Payback Period

Payback Period untuk Mie Warna Bukit adalah selama **2 tahun 3 bulan**.

5.4.2 Net Present Value (NPV)

$$NPV = \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{kas bersih N}}{(1+r)^n} - I_n$$

Menggunakan BI rate sebesar 7,5% (Bank Indonesia 2013) : Nilai NPV Positif sebesar Rp. 132.054.338.

5.4.3 Internal Rate of Return (IRR)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Melihat dari hasil perhitungan IRR yaitu 22,7%, dan mempergunakan *BI rate* (sebesar 7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa investasi Mie Warna Bukit melalui perhitungan IRR dinyatakan dapat diterima.

5.5 Analisis Keuntungan

5.5.1 BEP per Unit

$$BEP = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

Tahun Pertama

$$BEP = \frac{\text{Rp } 110.300,00}{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 7.350} = 14.418 \text{ unit}$$

Tahun Kedua

$$BEP = \frac{\text{Rp } 110.300,000}{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 7.380} = 14.475 \text{ unit}$$

Tahun Ketiga

$$BEP = \frac{\text{Rp } 110.300,000}{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 7.350} = 14.418 \text{ unit}$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per unit di atas, diketahui bahwa

Mie Warna Bukit perlu menjual sebanyak 14.418 unit pada tahun pertama, 14.475 unit pada tahun kedua, dan 14.418 unit pada tahun ketiga untuk mencapai titik impasnya.

5.5.2 BEP dalam Rupiah

$$BEP = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{biaya variabel satuan}}{\text{harga jual per satuan}}}$$

Tahun Pertama :

$$BEP = \frac{Rp\ 110.300.000}{1 - \frac{Rp\ 7.350}{Rp\ 15.000}} = Rp\ 216.274.510$$

Tahun Kedua :

$$BEP = \frac{Rp\ 110.300.000}{1 - \frac{Rp\ 7.380}{Rp\ 15.000}} = Rp\ 217.125.980$$

Tahun Ketiga :

$$BEP = \frac{Rp\ 110.300.000}{1 - \frac{Rp\ 7.350}{Rp\ 15.000}} = Rp\ 216.274.510$$

5.6 Laporan Keuangan

Untuk menilai kinerja Mie Warna Bukit untuk tahun operasionalnya selama 1 hingga 3 tahun, diperlukan evaluasi terhadap laporan keuangannya. Berikut adalah laporan keuangan Mie Warna Bukit berupa laporan arus kas, laba/rugi dan neraca Mie Warna Bukit per tahun ke-1,2, dan 3.

- Arus kas

Tahun pertama : Rp. 130.000.00
 Tahun kedua : Rp.176.421.200
 Tahun ketiga : Rp.310.000.000

- Laba Rugi

Tahun pertama : Rp.126.900.000
 Tahun kedua : Rp.173.282.400
 Tahun ketiga : Rp.276.900.000

- Neraca

Tahun pertama : Rp.425.250.000
 Tahun kedua : Rp.598.532.400
 Tahun ketiga : Rp.875.432.400

DAFTAR PUSTAKA

Aal Alfi 2013, *Manfaat Buah Dan Sayur*, di akses tanggal 17 September dari <http://www.detikhealth.co.id/nutrisi/nutrisi.umum/manfaat.buah.dan.sayur/003/002/104>.

Anonim 2012, *Rata Rata Umur*, diakses tanggal 14, dari: eprints.uny.ac.id/8441/2/bab%2010-9508131007.pdf, eprints.uny.ac.id/8403/2/bab%201%20-09508131009.pdf.

Assauri Sofjan 2001, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.

Ateng Syafrudin 2003, *Prosedur Pembuatan SITU*, diakses tanggal 2 Desember 2013 dari <http://marada08128.blogspot.com/2013/02/prosedur-pembuatan-situ-surat-izin.html>.

Jumingan, 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008).a. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta:Erlangga 2008 b. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.

Penduduk & Ketenagakerjaan: Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2006 – 2009 diakses tanggal 17 September 2013 dari <http://kota.palembang.go.id/?nmodul=halaman&judul=penduduk-ketenagakerjaan&bhsnyo=id>.

Wibisono,D 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga, Jakarta.