

RINGKASAN

Latar Belakang : Taco Nusantara adalah satu bentuk hasil inovasi baru di bidang industri makanan ringan dengan mengkombinasikan 2 (dua) masakan khas Mexico dan Indonesia. Taco Nusantara merupakan hasil kombinasi dari jajanan Mexico bernama Taco dan masakan padang Rendang dan Ayam Gulai. Penulis mendapatkan inspirasi dari serial Netflix tentang masak. Dan karena maraknya jajanan *street food* dan sudah banyaknya penjual yang menjual kedua makanan tersebut, maka inovasi ini dilakukan untuk menciptakan hal unik yang berbeda dari yang lain.

Tujuan : Pembuatan produk Taco Nusantara ini bertujuan untuk memperkenalkan 2 (dua) jajanan terkenal dari masing-masing negara yang berhasil dikombinasikan dan disesuaikan dengan selera lidah orang di era sekarang ini, juga memberikan masyarakat sebuah hal unik yang baru untuk dicoba.

Metode Usaha : Metode yang kami gunakan dalam usaha ini adalah membuat produk yang merupakan hasil kombinasi dari 2 (dua) jajanan terkenal dari masing-masing negara dan banyak digemari masyarakat, yakni : Taco dan Rendang & Ayam Gulai, dimana terdapat beberapa varian yang dapat menyesuaikan selera masing-masing orang. Hal ini dikarenakan sudah mulai banyaknya inovasi jajanan lain tetapi belum banyak yang berhasil mengkombinasikan kedua produk tersebut, maka kami menginovasikan kedua jajanan yang terkenal agar mampu bersaing ditengah gempuran munculnya inovasi-inovasi makanan ringan baru.

Laporan Keuangan : Produk Taco Nusantara ini menghasilkan keuntungan yang cukup menjanjikan. Terdapat 3 varian, seperti Taco Rendang dengan harga Rp. 25.000,- dan Taco Ayam Gulai dengan harga Rp. 20.000,-. Di bulan pertama, Taco Nusantara berhasil memproduksi 90 buah Taco dan menghasilkan laba bersih Rp. 1.245.600,- dan produksi terus meningkat 5-7 buah setiap bulannya. Dengan modal Investasi sebesar Rp. 102.032.657,- produk kami menghasilkan NPV sebesar Rp. 1.584.967,- dan juga tingkat (IRR) 2%, dengan payback dari usaha kami adalah 5 tahun 3 bulan 22 hari. Dan produk ini memiliki kelayakan usaha yang cukup tinggi, diukur dari nilai profitability index yang berada di angka 1,17.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami perkembangan yang sangat baik. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (RI) mencatat bahwa kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020 (<https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital>). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap industri makanan dan minuman sangatlah tinggi dan terus meningkat setiap tahunnya.

Selain mengalami peningkatan, industri makanan dan minuman di Indonesia juga semakin bervariasi dengan munculnya bermacam-macam jenis baru baik seperti makanan tradisional yang dikemas secara modern dan lain-lain. Berdasarkan observasi, masyarakat sudah memiliki gadget atau handphone yang memudahkan masyarakat untuk mengakses internet untuk mencari apa yang dibutuhkan, sehingga menyebabkan penyebaran trend makanan dan minuman. Berbagai makanan dan minuman dari luar negeri yang masuk ke Indonesia seperti Korean Food seperti Kimchi, Japchae lalu dari Japanese Food seperti Ramen, Sushi, dan lain-lain yang sangat populer saat ini dan disasarkan dengan baik kepada kelas ekonomi rendah hingga ekonomi atas.

Pada awal abad ke-19, muncul menu modern yaitu susunan menu versi lebih pendek dari menu klasik yang mengkombinasikan beberapa susunan menu klasik yang dapat digabungkan hingga disederhanakan menjadi 4 hidangan giliran. Susunan menu modern yaitu appetizer, soup, main course, dan dessert. Sering dengan berjalannya dan berkembangnya zaman, orang mulai bosan dengan menu modern sehingga tidak sedikit orang mulai mengkreasi menu.

Dan salah satu bentuk perkembangan makanan dan minuman di masyarakat sekarang ini adalah munculnya makanan dan minuman yang dikenal dengan sebutan Fusion. Menurut Lasmanawati dan Nurani (2018: 4), Fusion Food adalah menggabungkan makanan menurut bahan dasar, budaya, teknik dan gaya memasak dari berbagai negara atau daerah untuk menciptakan hidangan dengan rasa baru. Fusion Food menurut Evangelista, M.T.,(2013: 12) dibagi menjadi tiga macam yaitu sub-regional fusion, regional fusion, dan continental fusion.

Berdasarkan observasi kami banyak makanan fusion yang berkembang di masyarakat dengan rasa dan penyajian yang unik seperti Onigiri Rendang, yaitu nasi kepal ala jepang dengan isian daging rendang khas Indonesia dan menu special McDonald's yang pernah mengeluarkan menu Burger Balado, Burger Rendang, Tumis Daging Cabai Hijau, dan lain-lain. Ini menjadi bukti bahwa makanan fusion dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat Indonesia dengan rasa yang masuk akal tentunya. Jadi tidak menutup kemungkinan bahwa makanan dengan gaya fusion akan ditolak atau tidak disegani masyarakat, justru hal ini dapat memunculkan kreasi-kreasi baru untuk memunculkan rasa-rasa unik dengan menggabungkan perbedaan teknik dan bahan yang digunakan hal ini akan membuat kuliner menjadi lebih berwarna dan tentunya bervariasi dan tetap mempertahankan ciri khas dari masakan Indonesia itu sendiri.

Maka dari itu, kami ingin memperluas makanan fusion di Indonesia. Kami mengambil fusion makanan dari Mexico yang terkenal yaitu Taco. Kami ingin membuat taco dengan varian masakan Nusantara. Varian yang taco kami miliki adalah taco rendang dan taco ayam gulai

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti telah merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah jajanan berupa Taco Nusantara dapat menjadi peluang usaha?
2. Apakah Taco Nusantara akan diminati oleh masyarakat?
3. Bagaimana cara untuk memasarkan jajanan berupa Taco Nusantara ini?
4. Bagaimana cara memasarkan usaha Taco Nusantara ini?

5. Apakah jajanan Taco Nusantara layak dijalankan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti melalui proyek akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui peluang usaha dari jajanan berupa Taco Rendang dan Ayam Gulai.
2. Untuk mengetahui apakah masyarakat berminat dalam mengonsumsi jajanan berupa Taco.
3. Untuk mengetahui bagaimana cara untuk memasarkan jajanan berupa Taco Rendang dan Ayam Gulai yang benar.
4. Untuk mengetahui sasaran pasar untuk memasarkan jajanan berupa Taco Rendang dan Ayam Gulai.

1.4 Luaran

1. Luaran yang dihasilkan dari usaha ini adalah jajanan taco yang memiliki cita rasa nusantara
2. Taco Nusantara ini dapat menjadi solusi masyarakat yang ingin mencoba hal baru dari hasil 2 (dua) kombinasi unik makanan yang sangat dikenal di Indonesia dengan jajanan yang dikenal di Mexico

1.5 Manfaat Dan Kegunaan

Produk luaran yang dihasilkan mempunyai manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Sebagai jajanan yang memiliki kombinasi unik dengan harga murah dan mampu menjadi hidangan ringan.
2. Gambaran hasil inovasi dari makanan yang memiliki nilai jual atau peluang bisnis di bidang kuliner

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Gambaran Umum Usaha



Logo perusahaan Taco Nusantara memiliki beberapa arti berdasarkan *design*-nya, yakni :

- Tulisan Taco Nusantara pada logo melambangkan nama menu utama dari perusahaan kami, produk yang kami jual.
- Tulisan *est. 2022* melambangkan bahwa perusahaan kami berdiri sejak 2022
- Pemilihan gambar pada logo melambangkan makanan taco agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana bentuk taco
-

VISI TACO NUSANTARA

Menjadi penjual makanan ringan terbaik di Indonesia, dikenal luas dan banyak digemari dari berbagai kalangan.

MISI TACO NUSANTARA

- a. Menyediakan kualitas produk yang terbaik dengan terus meningkatkan kreatifitas dalam memproduksi makanan.
- b. Menyediakan makanan sehat, enak, terkenal dan tentunya berkualitas tinggi.
- c. Membangun jaringan yang seluas-luasnya sampai seluruh dunia.
- d. Memberikan pelayanan dan fasilitas untuk konsumen yang terbaik dan nomor satu.

Usaha yang bernama TACO NUSANTARA ini dibuat karena keinginan kami untuk merealisasikan inovasi baru dalam dunia kuliner yakni *fusion food*, khususnya jajanan/ makanan ringan. Semakin maraknya dunia *street food* di

zaman sekarang juga dipengaruhi oleh luasnya jangkauan jejaring sosial yang berperan dalam membantu memasarkan dan menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan. Karena semakin banyaknya pelaku bisnis mulai membangun bisnis makanan ringan seperti jajanan, maka diperlukan inovasi-inovasi baru yang mampu menciptakan keunikan dari produk yang dijual agar dapat menarik konsumen. Sebuah usaha memiliki peluang bisnis yang menjanjikan apabila inovasi yang dibuat berjalan dengan lancar karena adanya keunikan yang tidak bisa didapat dari tempat lainnya.

Usaha yang bernama Taco Nusantara dibuat karna kami bekerja di restoran mexico yang menjual berbagai makanan termasuk makanan khas Mexico, Taco. Lalu kami juga terinspirasi dari sebuah acara masak di luar negeri yang membuat masakan setiap negara. Karna tidak setiap orang paham akan sebuah masakan sebuah negara, mereka akhirnya berimprovisasi dengan masakan negara mereka dan tetap menjadi makanan khas negara yang sesuai temanya setiap episodenya. Lalu kami berpikir untuk membuat makanan khas Mexico digabung dengan negara asal kami, Indonesia.

Dari situlah ide kami membuat taco menggunakan cita rasa nusantara agar masyarakat tetap dapat menikmati makanan khas luar negeri dengan cita rasa nusantara.

a. Produk

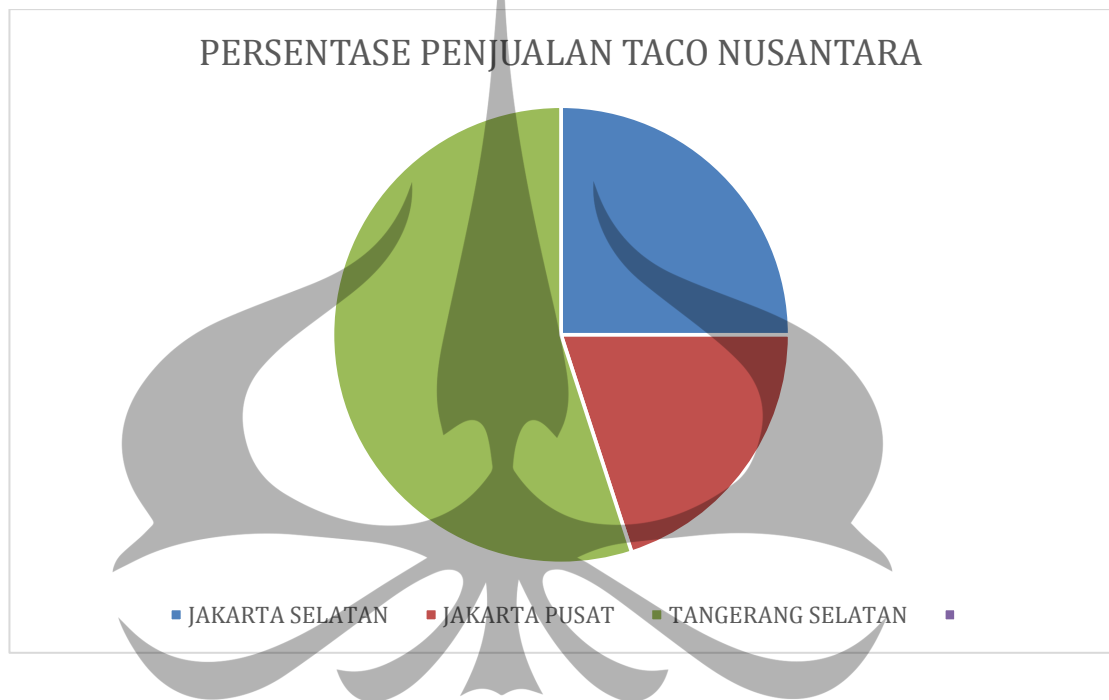
Produk ini menggunakan bahan-bahan berikut:

1. Taco Rendang (Rp. 25.000)
 - A. Kulit taco
 - B. Daging
 - C. Bumbu Rendang
 - D. Sayur Singkong
2. Taco Ayam gulai (Rp. 20.000)
 - A. Kulit taco
 - B. Ayam
 - C. Bumbu Ayam Gulai
 - D. Sayur Singkong

b. Kemasan

Kemasan yang digunakan produk ini adalah paper tray ukuran m seperti yang digunakan produk makanan bungkus berwarna putih dan persegi panjang berstiker logo Taco Nusantara.

2.2 Peluang Pasar



Berdasarkan bagan diatas untuk penjualan Taco Nusantara yang kami lakukan melalui sistem *Pre-Order* dan berjualan langsung di kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, dapat dilihat bahwa pelanggan atau pembeli dari daerah Tangerang Selatan menduduki posisi tertinggi dari bagan tersebut sebesar 55% apabila dipersentasekan, lalu disusul pelanggan dari daerah Jakarta Selatan di posisi kedua dengan persentase sebesar 25%, dan pelanggan dari daerah Jakarta Pusat dengan persentase terendah sebesar 20%. Dimana persentase tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Promosi atau pemasaran yang dilakukan hanya disekitar lingkungan hidup para anggota grup Taco Nusantara
2. Penjualan langsung yang hanya dilakukan di kampus Sekolah Tinggi Pariwisata, dimana lokasi kampus berada di daerah Jakarta Selatan yang juga dekat dengan daerah Tangerang selatan.

2.3 Analisis Swot

1. *Strength* :
 - a. Taco Nusantara memiliki citarasa yang khas dan unik
 - b. Dibuat dengan bahan-bahan premium kualitas tinggi
 - c. Cita rasa lezat dan harga terjangkau
 - d. Penampilan dan *Packaging* yang menarik
2. *Weakness* :
 - a. Bahan baku yang tergolong mahal
 - b. Jumlah tenaga kerja yang kurang
 - c. Minimnya aktivitas dan sarana promosi
 - d. Pemasaran belum meluas.
3. *Opportunity* :
 - a. Inovasi makanan yang cita rasanya disukai masyarakat milenial
 - b. Banyak masyarakat yang menyukai masakan minang
 - c. Adanya social media yang dapat membantu promosi dan pemesanan Taco Nusantara
4. *Threat* :
 - a. Kurangnya cakupan pemasaran karena tidak semua masyarakat mengetahui taco
 - b. Beberapa orang tidak menyukai dan tidak tertarik dengan masakan Mexico
 - c. Mulai banyak pesaing yg menjual jenis masakan serupa

2.4 Marketing Mix

Marketing mix adalah sekumpulan variabel pemasaran yang dibuat oleh perintis usaha dengan merumuskan strategi marketing yang efektif guna mencapai tujuan bisnis. Dalam pengertian lain marketing mix atau bauran pemasaran merupakan cara/strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan guna mencapai sasaran atau target yang di harapkan di dalam target pasar. (Edi,2017)

Unsur-unsur bauran pemasaran ini terdiri dari banyak variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dapat memuaskan pelanggannya. Beberapa ahli mengemukakan bauran pemasaran (marketing mix) sebagai berikut:

Menurut (Kotler & Armstrong, 2016: 47) Bauran pemasaran mencakup 4

(empat) hal penting dan dapat dibawah kendali perusahaan, yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*) dan promosi (*advertisement*). Menurut Kotler (Kotler & Armstrong, 2016: 52) Yang dimaksud dengan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah “*marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in target markets*” Bauran pemasaran mencakup alat pemasaran yang sering disebut sebagai 4P.

4P terdiri dari produk(*product*), harga (*price*), lokasi (lokasi atau saluran distribusi) dan periklanan (promosi), kemudian dalam pemasaran jasa ada beberapa alat pemasaran lainnya seperti orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*), produktivitas dan kualitas (*productivity and quality*), jadidikenal sebagai 8P. Dari sini dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, produktivitas dan kualitas.

Menurut penjelasan di atas, berikut Marketing Mix dari Taco Nusantara

1. *Product*

Taco Nusantara menyajikan produk berupa makanan Mexico yang difusion dengan makanan Indonesia. Taco Fusion dari Taco Nusantara sendiri mempunyai dua varian, yaitu:

- a. Taco Rendang
- b. Taco Ayam Gulai

2. *Price*

Taco Nusantara mempunyai dua varian menu yang berbeda, harga kedua menu pun juga berbeda. Untuk Taco Rendang Rp. 25.000 dan untuk Taco Ayam Gulai Rp. 20.000

3. *Place*

Taco Nusantara berlokasi di Gading Serpong tepatnya di rumah owner sendiri, tepatnya di Jl. Danau Ranau 4 blok ac 4 no. 66 kec. Pagedangan kab. Tangerang 15334. Untuk daerah Gading Serpong, lokasi Taco Nusantara tergolong strategis.

4. *Promotion*

Kegiatan promosi yang di lakukan Taco Nusantara adalah dengan

menggunakan media sosial instagram (@taco_nusantara). Selain itu Taco Nusantara juga melakukan promosi dari mulut ke mulut.

5. *People*

People yang dimaksud disini adalah SDM atau sumber daya manusia yang mengelola atau menjalankan bisnis. SDM pengelola dari Taco Nusantara sendiri terdiri dari owner yaitu Augusdio Rafi Athallah yang bertanggung jawab atas makanan dan keseluruhan operasional bisnis, marketing yaitu Narayana Xavier yang bertanggung jawab atas promosi dan penjualan Taco Nusantara, dan finance yaitu Muhammad Rafly Ramadhan yang bertanggung jawab atas keuangan Taco Nusantara.

6. *Process*

Proses adalah prosedur atau mekanisme yang memperbolehkan konsumen mengetahui produk yang ditawarkan sampai proses pembelian hingga produk tersebut sampai di tangan konsumen. Proses tersebut dalam Taco Nusantara dimulai dari pengenalan dan promosi produk Taco Nusantara melalui akun sosial media Taco Nusantara di Instagram. Promosi dengan mulut ke mulut juga dapat dilakukan agar konsumen disekitar pelaku bisnis juga paham akan eksistensi Taco Nusantara sendiri. Setelah itu konsumen akan mengirim pesan lewat fitur yang terdapat pada Instagram yaitu *direct message* (DM) untuk melakukan pemesanan yang dilanjutkan oleh pembayaran melalui *bank transfer* dan pengiriman bukti pembayaran. Pada keesokan harinya produk Taco Nusantara akan disiapkan dan dikemas lalu dikirim menggunakan layanan ojek online yang dipesan sendiri oleh konsumen dari alamat Taco Nusantara ke lokasi konsumen tersebut.

7. *Physical Evidence*

Merupakan sesuatu hal yang dapat merepresentasikan bahwa bisnis ini ada. Untuk Taco Nusantara dari segi online, maka physical evidence-nya adalah logo, gambar produk, packaging, dan akun sosial media dari Taco Nusantara.

8. *Productivity and Quality*

Produktivitas dan kualitas merupakan kegiatan dimana pemilik usaha menampung kritik dan saran dari konsumen menjadi masukan yang membangun agar pemilik usaha dapat memperbaiki dan menaikkan kualitas

produk maupun layanan sehingga menghasilkan output yang dapat menguntungkan ke dua belah pihak, baik bagi pemilik usaha maupun konsumen. Selain testimoni yang diberikan konsumen Taco Nusantara bermanfaat sebagai media promosi, testimoni tersebut juga sangat bermanfaat dan menjadi dorongan untuk Taco Nusantara untuk giat mengkoreksi, evaluasi, memperbaiki, dan menaikkan kualitas produk dan pelayanan Taco Nusantara.

2.5 Gambaran Strategi Pemasaran

Cara kami dalam memasarkan produk makanan kami adalah dengan membuat akun Instagram dan akun Line untuk memasarkan secara online dan juga dengan cara *word of mouth*. Dan penjualan kami dengan cara pre-order. Karena kami juga sibuk bekerja dan tidak sanggup untuk membayar karyawan.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha : Untung Rugi, BEP, Payback, IRR, NVP, DLL

a. Modal Awal

Modal awal adalah modal yang dikeluarkan pada awal mula usaha akan dijalankan. Modal awal usaha juga merupakan investasi usaha yang dikeluarkan di awal dan dipakai untuk mengembangkan usaha dalam jangka panjang. Berdasarkan penjelasan tersebut perhitungan modal awal Taco Nusantara adalah

Tabel 2. 1 Modal Awal Peralatan

Capital Cost				
No	Barang	Qty	Vol	Price
1	Kompor	1	pc	Rp. 150.000
2	Blender	1	pc	Rp. 150.000
3	Panci	1	pc	Rp. 20.000
4	Cutting Board	1	pc	Rp. 20.000
5	Pisau	1	pc	Rp. 100.000
6	Kitchen Tong	1	pc	Rp. 20.000
7	Kitchen Cloth	2	pcs	Rp. 5.000
		TOTAL		Rp. 465.000

Berdasarkan data diatas anggaran untuk modal awal peralatan kami sebesar Rp. 465.000,-.

Tabel 2. 2 Biaya Tetap

Biaya Tetap				
No	Barang	Qty	Vol	Price
1	Gas	3	kg	Rp. 19.000
2	Listrik			Rp. 75.000
3	Bensin Operasional	8	liter	Rp. 80.000
4	Pulsa/Kuota	14,5	gb	Rp. 60.000
		TOTAL		Rp. 234.000

Berdasarkan data diatas, total biaya tetap yang dikeluarkan oleh Taco Nusantara sebesar Rp. 234.000,-. Berdasarkan data perhitungan di atas dapat ditetapkan bahwa total hasil perhitungan modal peralatan dan biaya tetap dari Taco Nusantara adalah sebesar Rp. 699.000,-.

Tabel 2. 3 HPP

tahun	1	2	3	4	5	TOTAL
Estimasi Penjualan	1750	1837	1929	2026	2127	9669
Laba Kotor	IDR 24,564,560.00	IDR 25,792,788.00	IDR 27,082,427.00	IDR 28,436,548.00	IDR 29,858,376.00	IDR 135,734,699.00
Biaya Tetap	IDR 2,808,000.00	IDR 2,808,000.00	IDR 2,808,000.00	IDR 2,808,000.00	IDR 2,808,000.00	IDR 14,040,000.00
Laba Bersih	IDR 21,756,560.00	IDR 22,844,388.00	IDR 23,986,607.00	IDR 25,185,937.00	IDR 26,445,235.00	IDR 120,218,727.00
Biaya Produksi	IDR 15,845,440.00	IDR 16,637,712.00	IDR 17,469,597.00	IDR 18,343,077.00	IDR 19,260,231.00	IDR 87,556,057.00

Total modal awal kami selama 5 tahun adalah Rp. 102.032.657

b. Food Cost

Biaya bahan makanan (food cost) adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan makanan yang akan diolah untuk menghasilkan makanan. Standard food cost atau biaya standar makanan adalah biaya yang sudah ditentukan dan seharusnya dikeluarkan untuk membuat satuan produk yang dijadikan pedoman untuk pengeluaran biaya sesungguhnya (Budiayasa dkk, 2018) Besarnya biaya yang dikeluarkan bervariasi, tergantung dari menu, jumlah konsumen dan jumlah porsi makan yang dihasilkan. Berikut Food Cost

dari Taco Nusantara.

Tabel 2. 4 Taco Rendang

No	Bahan	Qty	Vol	Price	Cost/Pcs
1	Corn Tortilla	20	pcs	Rp. 30.000	Rp. 1.500
2	Bumbu Rendang	300	gr	Rp. 22.000	Rp. 1.100
3	Daging	1	kg	Rp. 150.000	Rp. 7.500
4	Daun Singkong	1	kg	Rp. 15.000	Rp. 15
5	Bawang Merah	500	gr	Rp. 15.000	Rp. 15
	TOTAL			Rp. 232.000	Rp. 10.130

Tabel 2. 5 Taco Ayam Gulai

No	Bahan	Qty	Vol	Price	Cost/Pcs
1	Ayam	1	kg	Rp. 38.000	Rp. 1.900
2	Bumbu Ayam Gulai	40	gr	Rp. 7.000	Rp. 350
3	Corn Tortilla	20	pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.500
4	Daun Singkong	1	kg	Rp. 15.000	Rp. 15
5	Bawang Merah	500	gr	Rp. 15.000	Rp. 15
	TOTAL			Rp. 95.000	RP. 3.780

Berdasarkan kedua data tersebut, dapat ditetapkan food cost dari Taco Nusantara.

c. Net Present Value (NPV)

Pengertian NPV (Net Present Value) menurut R. Agus Sartono (2010:195), Net Present Value adalah Selisih antara present value aliran kas bersih atau sering disebut juga dengan proceed dengan present value Investasi. Net Present Value atau sering disingkat dengan NPV adalah selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dengan nilai sekarang dari arus kas yang keluar pada periode waktu tertentu. Berikut merupakan perhitungan NPV Taco Nusantara

Tabel 2. 7 perhitungan NPV Taco Nusantara

Tahun	Kas Masuk	IR 5%
0	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)
1	IDR 21,756,560	IDR 20,712,245.00
2	IDR 22,844,388	IDR 20,719,860
3	IDR 23,986,607	IDR 20,724,429.00
4	IDR 25,185,938	IDR 20,728,027.00
5	IDR 26,445,235	IDR 20,733,064.00
	NPV	IDR 1,584,968.00

Berdasarkan data perhitungan di atas dapat ditetapkan bahwa hasil perhitungan NPV (Net Present Value) dari Taco Nusantara adalah sebesar **Rp. 1.584.968,-**

d. BREAK EVENT POINT (BEP)

Tabel 2. 8 BEP Taco Nusantara

BEP	Rendang Taco		
	Harga jual per unit - Harga variabel per unit		
	Rp. 25.000	-	Rp. 11.490
	Rp. 25.000		
	0,54		

BEP	Ayam Gulai Taco		
	Harga jual per unit - Harga variabel per unit		
	Rp. 20.000	-	Rp. 5.140
	Rp. 20.000		
	0,74		

Varian	Harga Jual	Harga Asli	Persen
Taco Rendang	Rp. 25.000	Rp. 11.490	61,6%
Taco Ayam Gulai	Rp. 20.000	Rp. 5.140	38,4%

Varian	Kontribusi Penjualan
Taco Rendang	45,58%
Taco Ayam Gulai	28,4%
Total	73,98%

BEP	Fixed Cost / Total kontribusi penjualan
	234.000 / 73,98%
	IDR 316,302

Break Even Point adalah titik seimbang dari hasil perhitungan pendapatan yang dihasilkan dengan modal yang perusahaan keluarkan. Pada titik ini perusahaan tidak mendapatkan keuntungan ataupun kerugian. *Break Event Point* dari usaha kami adalah 316,302

e. PAYBACK PERIOD (PP)

Tabel 2. 9 Payback Period Taco Nusantara

TAHUN 1	IDR (102,032,657)
	IDR 21,756,560
TAHUN 2	IDR (80,276,097)
	IDR 22,844,388
TAHUN 3	IDR (57,431,709)
	IDR 23,986,607
TAHUN 4	IDR (33,445,102)
	IDR 25,185,938
TAHUN 5	IDR (8,259,164)
	IDR 26,445,235
TOTAL	IDR 18,186,071
PAYBACK PERIOD	
8.259.164 / 26.445.235 x 12 bulan	3,747 22,2
Payback Period 4 Tahun 3 Bulan 22 Hari	

Tabel 2. 9 Discounted Payback Period Taco Nusantara

Tahun	Kas Masuk	IR 5%
0	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)
1	IDR 21,756,560	IDR 20,712,245.00
2	IDR 22,844,388	IDR 20,719,860
3	IDR 23,986,607	IDR 20,724,429.00
4	IDR 25,185,938	IDR 20,728,027.00
5	IDR 26,445,235	IDR 20,733,064.00
	TOTAL	IDR 1,584,968.00

DISCOUNTED PAYBACK PERIOD		
19.148.096 / 20.733.067 x 12 bulan	11,08	24
Payback Period 4 Tahun 11 Bulan 24 Hari		

Payback Period adalah jangka waktu kembalinya investasi secara utuh, melalui keuntungan yang diperoleh dari kegiatan investasi. Sedangkan *Discounted payback period* adalah keuntungan yang telah dikurangi 5%. Payback period dari usaha kami adalah *Payback Period* 4 Tahun 3 Bulan 22 Hari. Dan *Discounted payback Period* kami adalah 4 tahun 11 bulan 24 hari.

f. INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)

Tahun	Kas Masuk	IR 5%	IR 6%	IR 8%	IR 10%
0	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)	IDR (102,032,657.00)
1	IDR 21,756,560	IDR 20,712,245.00	IDR 20,516,436.08	IDR 20,146,574.56	IDR 19,754,956
2	IDR 22,844,388	IDR 20,719,860	IDR 20,331,505.32	IDR 19,577,640.52	IDR 18,869,464
3	IDR 23,986,607	IDR 20,724,429.00	IDR 20,148,750.22	IDR 19,045,366.28	IDR 18,013,942
4	IDR 25,185,938	IDR 20,728,027.00	IDR 19,947,262.71	IDR 18,511,664.26	IDR 17,201,995
5	IDR 26,445,235	IDR 20,733,064.00	IDR 19,754,590.29	IDR 18,009,204.80	IDR 16,422,491
		IDR 1,584,968.00	IDR (1,334,112.38)	IDR (6,742,207)	IDR (11,769,808)

Tabel 2. 10 IRR Taco Nusantara

Investasi Awal	IDR 102,032,657.00	
NPV Negatif	IDR (1,334,112)	6%
NPV Positif	IDR 1,584,968	5%

IRR =	$i1 + NPV\ 1 / (NPV\ 1 - NPV\ 2) \times (i2 - i1)$		
	$5\% + (1.584.968 / (1.584.968 - (-1.334.112))) \times (6\% - 5\%)$		
IRR =	5,5%		

IRR adalah besarnya tingkat pengembalian modal sendiri yang digunakan dalam menjalankan suatu usaha dengan fungsi untuk menghitung tingkat bunga yang dihasilkan dari suatu aliran kas masuk. IRR dari perusahaan kami adalah 5,5%.

g. PROFITABILITY INDEX (PI)

Tabel 2. 11 PI Taco Nusantara

profitability Index
PV / Modal
120.218.728 / 102.032.657
1,17

Profitability Index adalah angka yang mengindikasikan apabila usaha tersebut akan menghasilkan keuntungan atau tidak. Apabila angka menunjukkan lebih dari 1, maka usaha tersebut mampu menghasilkan keuntungan. Dan, apabila kurang dari 1, maka usaha tersebut tidak mampu menghasilkan keuntungan. *Profitability Index* Taco Nusantara ada diangka 1,17, dimana artinya Taco Nusantara layak untuk dijadikan sebuah usaha yang mampu menghasilkan.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah berdasarkan input, proses, dan output produksi sebagai berikut :

3.1 Input Pra Produksi

- a. sebelum melakukan tahap produksi, hal yang kami lakukan pertama adalah melakukan survey pasar sebagai Langkah awal menentukan konsep dan inovasi yang akan dijalani sesuai dengan keinginan pasar.
- b. setelah itu kami melakukan studi kelayakan terhadap usaha dan produk yang akan kami jalankan. Studi kelayakan dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan ini memiliki potensi untuk bisa masuk ke pasar dan memiliki prospek yang bagus untuk jangka Panjang.
- c. Terakhir memilih bahan dan peralatan serta survey penyediaan tempat untuk melakukan kegiatan produksi serta pendistribusian produk yang siap dijual ke pasar.

3.2 Proses (Produksi)

- a. Pertama membuat design logo dan konsep produk. Berikut logo Taco Nusantara:

- b. Melakukan Research and development produk yang akan kami jual ke konsumen atau pasar
- c. Melakukan design serta uji ketahanan packaging untuk mengetahui kelayakan pada saat pengiriman produk
- d. Tahap akhir melakukan pengujian ketahanan produk saat setelah dilakukannya

pengiriman ke konsumen atau pasar

Produk kami ada dua varian, yaitu Taco Rendang dan Taco Ayam Gulai. Berikut cara pembuatannya.

A. Taco Rendang

No	Bahan
1	Corn Tortilla
2	Bumbu Rendang
3	Daging
4	Daun Singkong

1. *Braised* daging menggunakan *mirepoix* sampai empuk.
2. Setelah empuk, suwir daging sampai kecil². *Lalu sautee* dengan bumbu rendang hingga meresap.
3. Setelah itu, masukkan air rebusan daging kedalam daging yang sedang *disautee*. Diamakan hingga *reduce*.
4. Untuk kulit taco, kita celupkan dahulu kedalam minyak panas hingga bisa dilengkungkan.
5. Masukkan kulit taco kedalam cetakannya, lalu goreng.
6. Untuk sayur singkong, rebus hingga lunak. Jika beli sayur singkong yang muda, hanya perlu direbus sebentar.
7. Lalu, masukkan semua isian kedalam kulit taco,

B. Taco Ayam Gulai

No	Bahan
1	Ayam
2	Bumbu Ayam Gulai
3	Corn Tortilla
4	Daun Singkong

1. *Braised* ayam menggunakan *mirepoix* sampai empuk.
2. Setelah empuk, suwir ayam sampai kecil². *Lalu sautee* dengan bumbu rendang hingga meresap.
3. Setelah itu, masukkan air rebusan ayam kedalam daging yang sedang

disautee. Diamakan hingga *reduce*.

4. Untuk kulit taco, kita celupkan dahulu kedalam minyak panas hingga bisa dilengkungkan.
5. Masukkan kulit taco kedalam cetaknya, lalu goreng.
6. Untuk sayur singkong, rebus hingga lunak. Jika beli sayur singkong yang muda, hanya perlu direbus sebentar.
7. Lalu, masukkan semua isian kedalam kulit taco,

3.3 OUTPUT

Output dari produksi yang kami buat ini memiliki banyak varian dan rasa yang nantinya akan dijual dan dikirimkan kepada konsumen.

3.4 Evaluasi

Tahap ini yang akan kami lakukan adalah melakukan evaluasi selama proses produksi dari awal hingga selesai. Tahap evaluasi ini berisi laporan mengenai semua uji kelayakan produk dan uji kelayakan packaging dengan tujuan untuk mengetahui apakah produk kami layak untuk siap dijual ke pasar. Keuntungan yang kami dapat dari hasil evaluasi sebagai berikut :



BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

NO	URAIAN BIAYA		SATUAN HARGA	JUMLAH
1	Modal Investasi	Capital Cost	Rp. 234.000	Rp. 102.266.657
2		HPP	Rp. 102.032.657	
3	Modal 1 Tahun		Rp. 15.845.440	
4	Modal 5 Tahun		Rp. 102.032.657	
TOTAL PENGELUARAN				

Modal investasi usaha kami adalah Rp. 102.266.657 yang terdiri dari peralatan sebesar Rp. 234.000 dan HPP sebesar Rp. 102.032.657. Modal satu tahun kami didapatkan dari biaya variable produk kami selama satu tahun. Modal kami selama lima tahun adalah Rp. 102.032.657

4.2 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																
2	Pembuatan Usaha																
3	Proses Adminstrasi																
4	Proses Produksi																
5	Monitoring dan Pemasaran																
6	Pembuatan laporan Akhir																

1. Pada bulan pertama kita melakukan persiapan selama dua minggu, pertama kita menentukan produk kita, yaitu Taco Nusantara dimana produk tersebut merupakan hasil inovasi penulis sendiri yang merupakan gabungan dari masakan Mexico dan Indonesia. Setelah itu kita melakukan survey untuk mengetahui minat pasar dan pembeli terhadap produk kami.

2. Pembuatan usaha dan proses administrasi dilakukan pada minggu tiga sampai minggu pertama bulan dua, dimana kita mulai mempersiapkan bahan baku/dasar, alat, sumber daya manusia, dana, tempat serta sarana dan prasarana.
3. Pada bulan 2 sampai bulan 3 kita melakukan proses produksi, monitoring dan pemasaran, dimana kita memproduksi Taco Nusantara dengan trial and error untuk mendapatkan rasa yang pas dan melakukan pemasaran melalui media sosial dan melakukan penjualan secara langsung di kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.
4. Pada bulan empat kita melakukan pembuatan laporan akhir mulai dari tahap pra produksi sampai pada tahap produksi, kami juga membuat perolehan laba dan seluruh perhitungan keuangan produk kami.



INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari seluruh kegiatan ini adalah “apakah Taco Nusantara layak dijalankan?”.

1. Taco Nusantara layak menjadi peluang usaha karena memiliki rasa yang mudah diterima masyarakat serta menjadi jajanan unik karena perpaduan dari masakan nusantara dan masakan Mexico.
2. Taco Nusantara tentu akan diminati oleh masyarakat karena kudapan ini mudah untuk dikonsumsi dan mudah untuk dibawa kemana saja serta memiliki rasa yang sudah familiar di kalangan masyarakat yang menyukai jenis makanan gorengan.
3. Cara untuk memasarkan Taco Nusantara adalah melalui media sosial yang memudahkan penjual dan pembeli melakukan transaksi, serta dengan adanya media sosial penjual akan dengan mudah melakukan periklanan dan kegiatan promosi dan akan lebih mudah bagi pembeli untuk melihat produk-produk yang kami tawarkan.
4. Taco Nusantara menargetkan produk ini untuk segala umur tetapi Taco Nusantara lebih menargetkan ke acara-acara pertemuan seperti bazar, ataupun nikahan sebagai kudapan yang mudah dan *simple* untuk dikonsumsi.
5. Taco Nusantara ini layak dijalankan karena memiliki *profitability index* diatas angka 1,0. *Profitability Index* kami adalah 1,17

5.2 Saran

1. Dikarenakan usaha Taco Nusantara ini dapat menjadikan peluang usaha, maka akan lebih baik jika pebisnis melakukan banyak inovasi sehingga pembeli tidak merasa cepat bosan dengan varian yang disediakan.
2. Disarankan untuk memperluas penjualan melalui *Shopee Food*, *Grabfood*, dan *Gofood* untuk meningkatkan omset penjualan.
3. Kendala yang dialami Taco Nusantara adalah bagaimana cara agar produk kami dapat tetap hangat setibanya di tangan konsumen.

4. Disarankan untuk lebih aktif lagi mengikuti kegiatan seperti bazar ataupun membuka cabang di daerah yang banyak menjual kuliner sehingga Taco Nusantara lebih dikenal oleh masyarakat.



INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI

DAFTAR PUSTAKA

<https://hotelier.id/fusion-food/> tentang *fusion food*

<https://en.wikipedia.org/wiki/Taco> tentang taco

[https://www.femina.co.id/food-trend/sejarah-fusion-food-perkawinan-antarmakanan perkembangan fusion food di Indonesia](https://www.femina.co.id/food-trend/sejarah-fusion-food-perkawinan-antarmakanan-perkembangan-fusion-food-di-Indonesia)



INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI

LAMPIRAN

No	Bahan Habis Pakai	Qty	Vol	Price	Cakupan (%)
1	Corn Tortilla	20	Pcs	Rp. 30.000	2,62%
	Bumbu Rendang	300	Gr	Rp. 22.000	1,92%
	Daging	1	Kg	Rp. 150.000	13,11%
	Daun Singkong	1	Kg	Rp. 15.000	1,31%
	Bawang Merah	500	Gr	Rp. 15.000	1,31%
	Ayam	1	Kg	Rp. 38.000	3,32%
	Bumbu Ayam Gulai	40	Gr	Rp. 7.000	0,61%
	Corn Tortilla	20	Pcs	Rp. 20.000	1,75%
	Daun Singkong	1	Kg	Rp. 15.000	1,31%
	Bawang Merah	500	Gr	Rp. 15.000	1,31%
	Box	50	Pcs	Rp. 46.000	4,02%
	Sticker	1	lembar	Rp. 13.000	1,14%
	Sauce Dish	50	Pcs	Rp. 9.000	0,79%
	TOTAL			Rp. 395.000	34,52%
Biaya Tetap					
2	Gas	3	Kg	Rp. 19.000	1,66%
	Listrik			Rp. 75.000	6,55%
	Bensin Operasional	8	liter	Rp. 80.000	6,99%
	Pulsa/Kuota	14,5	Gb	Rp. 60.000	5,24%
	TOTAL			Rp. 234.000	20,44%
Capital Cost					
3	kompor	1	Pc	Rp. 150.000	13,11%
	Blender	1	Pc	Rp. 150.000	13,11%
	Panci	1	Pc	Rp. 20.000	1,75%
	Cutting Board	1	Pc	Rp. 20.000	1,75%
	Pisau	1	Pc	Rp. 100.000	8,74%
	Kitchen Tong	1	Pc	Rp. 20.000	1,75%
	Kitchen Cloth	2	Pcs	Rp. 5.000	0,44%
	TOTAL			Rp. 465.000	40,65%
4	Lain-Lain				
	Laporan			Rp. 50.000	4,37%
	TOTAL			Rp. 50.000	4,37%
	Subtotal 1+2+3+4			Rp. 1.144.000	100%

Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas

No	Nama/NIM	Program Studi	Uraian Tugas
1	Augusdio Rafi Athallah (1941010249)	Pengelolaan Perhotelan	Ketua
2	Muhammad Rafly Ramadhan (1941010265)	Pengelolaan Perhotelan	Anggota 1
3	Narayana Xavier (1941010083)	Pengelolaan Perhotelan	Anggota 2

**TUGAS -TUGAS
(KETUA DAN ANGGOTA)**

1. Memimpin jalannya usaha
2. Mengontrol jalannya usaha
3. Mengawasi kegiatan usaha
4. Mengatur jalannya usaha
5. Mengelola dan mengatur keuangan
6. Pemasaran
 - a) Menjalankan strategi usaha yang telah dibuat
 - b) Mempromosikan produk melalui sosial medi Mengelola hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran dalam penjualan
 - c) Melakukan analisis pasar, serta mengatur distribusi produksi
7. Produksi
 - a) Membeli bahan untuk pembuatan produk
 - b) Mengawasi kegiatan produksi
 - c) Menambah nilai guna produk
8. Mengatur kegiatan yang diperlukan dalam proses produksi

Lampiran 3. Gambaran Produk



INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI

LAMPIRAN 4. Foto-foto Bukti Testimoni Pembelian Taco Nusantara

LAMPIRAN 5. Link Google Drive Video Proses Pembuatan Taco Nusantara

Berikut *link video* proses pembuatan Taco Nusantara:



INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI