

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Konsep Bisnis

Konsep bisnis dalam perencanaan bisnis “*Rimora Pay*” adalah sebagai berikut: “*Rimora Pay*” menawarkan aplikasi yang mudah dan *simple* kepada konsumennya agar memudahkan mereka dalam mengaplikasikan “*Rimora Pay*” itu sendiri. Selain itu, “*Rimora Pay*” juga menawarkan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi secara *online* dimana hal tersebut merupakan jawaban dari ketakutan masyarakat selama mereka melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Karena “*Rimora Pay*” merupakan aplikasi yang terdapat di Handphone, maka hal ini memudahkan para konsumen dari “*Rimora Pay*” untuk melakukan transaksi yang mereka kehendaki secara *online* hanya dengan menggunakan *SmartPhone* mereka masing-masing.

#### 4.2 Gambaran Umum Responden

Pada bagian ini menjelaskan mengenai hasil yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar menggunakan teknik *snowball sampling* dimana para responden merupakan masyarakat yang suka berbelanja secara *online*. Berikut tabel mengenai gambaran umum respondennya.

**Tabel 4.1**

**Gambaran Umum Responden**

No	Keterangan	Jumlah Orang	%
<b>A</b>			
<u>Usia</u>			
1	17-20 Tahun	5	10%
2	21-30 Tahun	27	54%
3	31-40 Tahun	15	30%
4	41-50 Tahun	3	6%
<b>B</b>			
<u>Jenis Kelamin</u>			
1	Laki-Laki	19	38%
2	Perempuan	31	62%
<b>C</b>			
<u>Pendidikan</u>			
1	SMP/Sederajat	2	4%
2	SMA/Sederajat	21	42%
3	Perguruan Tinggi	27	54%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 orang responden, banyak responden yang lebih suka berbelanja secara *online* daripada berbelanja secara langsung berumur 21-30 tahun (54% dari responden) serta 31-40 tahun (30%). Kebanyakan dari responden tersebut adalah perempuan sebanyak 31 responden (62%). Lalu mereka adalah lulusan SMA sebanyak 21 responden (42%) dan sarjana/lulusan perguruan tinggi sebanyak 27 responden (54%).

**Tabel 4.2**

**Jumlah Responden yang Merasa Perlu Adanya Jasa Perantara**

Keterangan	Jumlah Orang	%
Perlu	33	66%
Tidak Perlu	17	34%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, dapat dilihat bahwa cukup banyak orang yang merasa perlu tentang adanya jasa perantara/pihak ketiga dalam transaksi jual beli secara *online*. Responden yang mengatakan perlu sebesar 33 orang (66%) dan sisanya mengatakan tidak perlu sebesar 17 orang (34%).

**Tabel 4.3**

**Jumlah Responden yang Mengetahui Adanya Jasa Perantara**

Keterangan	Jumlah Orang	%
Tahu	27	54%
Tidak Tahu	23	46%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan data dari 50 orang responden, maka perbandingan antara responden yang mengetahui tentang adanya jasa perantara/pihak ketiga dalam transaksi jual beli secara *online* hampir sama, yaitu responden yang tahu sebanyak 27 responden (54%) dan yang tidak tahu sebanyak 23 responden (46%).

**Tabel 4.4**

**Asal Usul Masyarakat Mengetahui Jasa Perantara**

Keterangan	Jumlah Orang	%
Televisi	0	0%
Internet / Media Sosial	27	100%
Majalah	0	0%
Lainnya	0	0%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Berdasarkan data yang diambil dari 27 responden yang mengetahui mengenai adanya jasa perantara/pihak ketiga dalam transaksi jual beli *online*, mereka semua (100% responden) menjawab mengetahui jasa perantara/pihak ketiga tersebut melalui internet/media sosial.

**4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran**

**4.3.1 Segmenting, Targeting, Positioning (STP)**

**i. Segmenting**

**1. Aspek Geografis**

Segmentasi dilakukan dengan membagi pasar ke dalam komponen – komponen geografis, seperti Negara, bangsa, propinsi, dan kabupaten. Apabila dilihat dari segi geografis, konsumen “*Rimora Pay*” yang terbagi adalah konsumen yang bertempat tinggal di Indonesia. Namun tidak menutupi daerah – daerah pedalaman / kota kecil juga

menggunakan “*Rimora Pay*” sebagai perantara dalam mereka melakukan transaksi secara *online*.

## 2. Aspek Demografis

Segmentasi pasar ini dibagi berdasarkan variable demografis seperti pendidikan, usia, jenis kelamin, dan besarnya pendapatan. Konsumen “*Rimora Pay*” relatif remaja hingga dewasa usia 17-50 tahun, lulusan SMP, SMA, maupun sarjana yang memiliki pengetahuan akan teknologi khususnya internet, dan berjenis kelamin pria maupun wanita

## 3. Aspek Psikografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok – kelompok yang berlainan seperti kelas sosial, gaya hidup, berbagai ciri kepribadian, dll. Konsumen “*Rimora Pay*” cenderung kepada orang yang suka belanja secara online, dan yang biasanya ragu dalam melakukan transaksi secara langsung atau tanpa pihak ketiga sebagai perantara.

## ii. Targeting

Setelah membagi pasar ke beberapa segmen, maka selanjutnya adalah targeting, yaitu dengan membidik konsumen yang menjadi tujuan penjualan produksi / jasa. Dari hasil kuesioner yang peneliti lakukan, maka “*Rimora Pay*” lebih menargetkan

konsumen yang berusia 20-40 dimana terdapat 54% responden yang berusia 20-30 tahun dan 30% responden yang berusia 30-40 tahun yang cenderung lebih menyukai belanja secara *online* dibandingkan dengan belanja secara langsung.

Sedangkan untuk target *gender*, "*Rimora Pay*" bisa lebih menargetkan kepada konsumen wanita karena hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa wanita lebih menyukai berbelanja secara *online* dibanding pria (62% wanita, dan 38% pria).

### iii. Positioning

Positioning merupakan hal yang cukup penting untuk suatu usaha dimana usaha tersebut dapat menempatkan produk di tengah pasar dengan mengidentifikasi dan memilih keunggulan kompetitif, serta mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi produk. "*Rimora Pay*" sendiri menginginkan agar *brand* "*Rimora Pay*" selalu diingat konsumen ketika mereka akan melakukan transaksi jual beli *online*. Oleh karena itu, "*Rimora Pay*" selalu mengutamakan dan menekankan keamanan dalam transaksi *online* dengan cara membuat sistem aplikasi yang tidak dimiliki pesaing lain untuk meningkatkan keamanan dalam melakukan transaksi *online* tersebut.

### 4.3.2 Bauran Pemasaran

#### A. *Product*

Produk yang ditawarkan adalah jasa yang menjembatani transaksi jual-beli secara *online* yang menawarkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan kepada konsumen saat melakukan pembayaran *online*. Produk tersebut memang dibutuhkan oleh konsumen, dan telah terbukti melalui hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 64% dari reponden yang suka berbelanja secara *online* mengatakan bahwa perlu adanya jasa perantara/pihak ketiga dalam transaksi jual beli secara *online*.

Oleh karena hal tersebut, peneliti membuat perencanaan produk jasa tersebut dan diberi nama "*Rimora Pay*" yang berbentuk aplikasi di *HandPhone* / *SmartPhone* serta dapat di *download* melalui platform dari masing-masing *HandPhone* / *SmartPhone* itu sendiri. Karena berbentuk aplikasi, maka hal tersebut juga semakin memudahkan konsumen untuk mengaplikasikannya setiap saat dan dimana saja mereka berada.

#### B. *Price*

Untuk mendapatkan aplikasi "*Rimora Pay*", pembeli dan juga penjual Online Shop bisa mendownload aplikasi ini secara gratis di platform mereka masing - masing. Demikian juga dalam pendaftaran akun, pembeli dan penjual pun bisa mendaftarkan diri mereka secara

gratis. Namun biaya akan dikenakan pada setiap transaksi yang dilakukan oleh pembeli kepada penjual *online*.

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa responden yang suka berbelanja secara *online* sebesar 74% bersedia membayar tambahan biaya demi meminimalkan resiko yang ada.

Penentuan harga dalam aplikasi Rimora Pay dapat dilihat di tabel bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Biaya Transaksi**

<b>Besar Transaksi</b>	<b>Tambahan Biaya</b>
Rp 0,- s/d Rp 2.000.000,-	Rp 10.000,-
Rp 2.000.001,- s/d Rp 4.000.000,-	Rp 20.000,-
Rp 4.000.001,- s/d Rp 6.000.000,-	Rp 30.000,-
Rp 6.000.001,- s/d Rp 8.000.000,-	Rp 40.000,-
Rp 8.000.001,- s/d Rp 10.000.000,-	Rp 50.000,-

Sumber : Survey dan estimasi tahun 2016.

Biaya tersebut sangat kompetitif jika dibandingkan dengan pesaing dari “*Rimora Pay*” yaitu “*EkiPay*” yang membebankan biaya sebesar Rp 50.000,- per transaksi atau sebesar 2,5% dari total transaksi jika transaksi tersebut diatas Rp 2.500.000,- dan dapat



dikatakan "*Rimora Pay*" menggunakan teknik *Below-Market Pricing*, dimana menetapkan harga di bawah pesaingnya. Teknik ini digunakan agar "*Rimora Pay*" mampu bersaing serta tetap "*survive*" menghadapi persaingan bisnis tersebut.

Selain itu, rentang harga yang ditetapkan oleh "*Rimora Pay*" adalah semakin tinggi nominal transaksinya, maka semakin tinggi pula biaya yang harus ditanggung oleh penggunanya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nominal transaksinya, maka semakin tinggi pula resiko yang dihadapi oleh "*Rimora Pay*".

#### **C. Place**

*Place* disini merupakan tempat dimana aplikasi "*Rimora Pay*" itu sendiri bisa di dapat yaitu platform dari masing-masing *Handphone / SmartPhone* itu sendiri seperti *Play Store (Android)*, dan *App Store (iOS)*, sehingga aplikasi "*Rimora Pay*" sangat mudah diakses oleh semua orang yang ingin menggunakannya.

#### **D. Promotion**

Promosi "*Rimora Pay*" dilakukan melalui:

1. Melakukan pemasangan iklan di akun instagram (@dagelan). Akun tersebut merupakan akun sosial yang diikuti oleh banyak masyarakat (sekitar 10.000.000 orang), dan juga menyediakan jasa pengiklanan.

2. Bekerja sama dengan *online shop* untuk memberikan tambahan voucher diskon sebesar Rp 25.000 untuk 1.000 orang pertama yang menggunakan jasa perantara "*Rimora Pay*".
3. Melakukan promosi menggunakan media social lainnya seperti *Line, Blackberry Messenger, Whatsapp, Twitter*.
4. Membuat iklan di forum [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id)
5. Melakukan kerja sama dengan orang-orang yang memiliki *online shop* (terutama teman dekat) agar mereka merekomendasikan dan menggunakan *Rimora Pay* sebagai media pembayaran dalam transaksi mereka.

Langkah-langkah tersebut dilakukan juga berdasarkan hasil kuesioner yang menyatakan bahwa semua responden mengetahui produk jasa perantara/pihak ketiga dalam transaksi jual beli *online* melalui media sosial/internet.

#### **E. *Physical Evidence***

*Physical Evidence* disini adalah aplikasi dari "*Rimora Pay*" itu sendiri yang mudah dioperasikan, dan memiliki tampilan yang menarik sehingga pengguna "*Rimora Pay*" tidak merasa kesusahan dalam menjalankan aplikasinya. Hasil dari kuesioner juga menunjukkan bahwa responden yang suka berbelanja secara *online* menginginkan aplikasi yang mudah digunakan/dioperasikan

(74%), memiliki tampilan yang menarik (28%) dan bermanfaat bagi penggunaanya sebesar (22%).

Selain itu, *Physical Evidence* biasanya juga menampilkan logo dari produk tersebut. Berikut adalah gambar logo dari "*Rimora Pay*":

**Gambar 4.1**

**Gambar Logo "*Rimora Pay*"**



#### **F. *People***

Rimora Pay untuk sementara membutuhkan total 2 karyawan, dimana 1 karyawan yang memiliki keahlian di bidang IT, dan 1 karyawan memiliki keahlian dalam bidang administrasi.

Bagi karyawan admin juga sekaligus menjadi customer service yang menerima keluhan-keluhan atau masukan-masukan dari pelanggan. Customer service disini harus sesuai dengan keinginan konsumen yang dapat kita lihat dari hasil kuesioner bahwa customer service yang diinginkan adalah customer service yang tanggap, sopan,

bertanggung jawab, memahami materi dan dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan jelas serta tepat.

Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan juga dengan bertambahnya konsumen, kami juga mempertimbangkan penambahan karyawan untuk semakin meningkatkan pelayanan dari “*Rimora Pay*” itu sendiri.

Orang – orang yang terlibat dalam proses produksi *Rimora Pay* adalah:

1. Karyawan dan ahli IT: membuat dan mengontrol sistem operasi dan teknologi informasi, serta melayani keinginan konsumen.
2. Konsumen: para penjual / pedagang online shop dan juga pembeli dari online shop.

#### **G. *Process***

Proses yang dialami saat melakukan transaksi menggunakan “*Rimora Pay*” adalah mulai dari awal pembeli dan penjual *online* setuju menggunakan layanan “*Rimora Pay*” dalam transaksi pembayaran mereka. Lalu penjual dan pembeli men-*download* aplikasi “*Rimora Pay*” di platform *HandPhone / SmartPhone* mereka masing-masing. Lalu melakukan registrasi di “*Rimora Pay*”, setelah itu konsumen melakukan pembayaran ke “*Rimora Pay*”. Lalu “*Rimora Pay*” menunggu konfirmasi dari pembeli bahwa barang yang diterima sudah sesuai, dan akhirnya “*Rimora Pay*” memberikan uang yang sudah dibayarkan pembeli kepada penjual tersebut.

### 4.3.3 Estimasi Penjualan

Dalam estimasi penjualan ini menggunakan data yang didapat dari pesaing dan diproyeksikan menggunakan 3 kondisi yaitu kondisi pesimis, normal, dan optimis. Pesimis dimana "*Rimora Pay*" mendapatkan penjualan 10% lebih sedikit daripada penjualan yang dimiliki oleh pesaing dengan asumsi bahwa "*Rimora Pay*" memang masih baru dan belum terlalu banyak orang yang mengetahuinya. Selanjutnya normal dimana "*Rimora Pay*" mendapatkan penjualan yang sama dengan penjualan pesaingnya dengan asumsi strategi pemasaran cukup berhasil dan cukup banyak orang yang mengetahui dan menggunakan "*Rimora Pay*". Dan yang terakhir adalah optimis dimana "*Rimora Pay*" mendapatkan penjualan 10% diatas penjualan pesaing dengan asumsi bahwa tarif yang diberikan oleh "*Rimora Pay*" memang jauh lebih murah dibanding pesaing sehingga lebih banyak orang yang menggunakan "*Rimora Pay*". Berikut rincian estimasi penjualannya :

**Tabel 4.6**

#### **Penjualan Perbulan "Eki Pay"**

<b>Keterangan</b>	<b>Penjualan Perbulan</b>
Eki Pay	300

Sumber : Hasil wawancara tahun 2016

**Tabel 4.7****Estimasi Penjualan Perbulan "Rimora Pay"**

Kondisi	Estimasi Penjualan Perbulan
Pesimis	270
Normal	300
Optimis	330

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**4.3.4 Biaya Pemasaran**

Berikut adalah tabel biaya pemasaran pada "Rimora Pay":

**Tabel 4.8****Biaya Pemasaran**

ALAT PROMOSI	RINCIAN	HARGA	KETERANGAN
<b>Instagram</b>	Iklan di Akun: dagelan (10jt Followers) infia_fact (2,1jt Followers) infia_tech (834rb Followers) infia_health (884rb Followers)	Rp 7.500.000,- (Paket)	Promosi dilakukan dengan memposting iklan tentang "Rimora Pay" di akun-akun tersebut, dimana akun-akun tersebut memiliki banyak sekali followers terutama dagelan.
<b>Voucher Rp 25.000 Diskon</b>	Voucher potongan Rp 25.000 untuk 1.000 orang pertama	Rp 25.000.000	Memberikan potongan diskon sebesar Rp 25.000 kepada 1.000 konsumen pertama yang menggunakan jasa "Rimora Pay".
<b>Line, Whatsapp, Blackberry Messenger,</b>		Gratis	Mencari teman sebanyak-banyaknya dan mengiklankan

<b>Twitter, Facebook</b>			" <i>Rimora Pay</i> " itu sendiri
<b>Kaskus</b>	Forum <a href="http://www.kaskus.co.id">www.kaskus.co.id</a>	Gratis	Membuat Thread atau Post mengenai " <i>Rimora Pay</i> " dan mengiklankannya.
	<b>Total Biaya Pemasaran</b>	Rp 32.500.000,-	

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan :

Pada tahun pertama dibutuhkan biaya untuk melakukan promosi awal dengan iklan di akun sosial media yang sudah banyak *followers* nya, sehingga "*Rimora Pay*" lebih cepat dikenal oleh orang banyak. Lalu menggunakan voucher potongan sebesar Rp 25.000 kepada 1.000 orang pertama yang menggunakan jasa perantara "*Rimora Pay*". Selain itu, semua pengiklanan tidak dikenakan biaya karena iklan di media social dan forum [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) tidak berbayar, sehingga dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin. Setelah tahun pertama, tidak diperlukan lagi iklan atau promosi menggunakan akun lain seperti dagelan, sehingga kita hanya memaksimalkan promosi atau iklan di media social-media social yang kita punya, dan semuanya tidak berbayar.

Pada tahun-tahun berikutnya, "*Rimora Pay*" tidak membutuhkan biaya pemasaran lagi, karena hanya memaksimalkan pemasaran melalui iklan di media sosial serta forum-forum online yang tidak berbayar, sehingga dapat meminimalisir biaya pemasaran. Total biaya pemasaran dalam lima tahun Rp 32.500.000,- karena biaya pemasaran pada tahun ke 2 sampai tahun ke 5 adalah "nol" rupiah/Rp0.

## **4.4 Aspek Operasi**

### **4.4.1 Tata Letak/Layout**

Dalam tata letak/*layout* disini, peneliti melakukan konsultasi dengan programmer tentang tata letak, *layout*, maupun desain yang paling menarik bagi konsumen dan memberikan kemudahan kepada konsumen agar tidak kebingungan saat menggunakan aplikasi "*Rimora Pay*" itu sendiri. Dalam aplikasi "*Rimora Pay*" itu sendiri juga akan diberikan *manual-book* atau petunjuk manual yang bisa dibaca dan diterapkan oleh konsumen untuk menjalankan aplikasi "*Rimora Pay*" tersebut.

### **4.4.2 Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi sendiri terdiri dari Biaya Bahan Baku/BB, Biaya Tenaga Kerja/BTKL, dan Biaya Overhead. Karena "*Rimora Pay*" merupakan jasa perantara yang tidak membutuhkan bahan baku, maka BB/Biaya Bahan Baku yang ditanggung adalah "nol". Berikut Rincian HPP nya:



**Tabel 4.9**

**Harga Pokok Produksi**

<b>Keterangan</b>	<b>Harga</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Biaya</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>			
Gaji Manajer	2.500.000	1	2.500.000
Gaji Karyawan IT	2.000.000	1	2.000.000
Gaji Karyawan Keuangan	2.000.000	1	2.000.000
<b>Biaya Overhead</b>			
Biaya Sewa Kantor	2.000.000	1	2.000.000
Listrik	600.000	1	600.000
Biaya Internet 10 Mbps Indihome	500.000	1	500.000
Biaya Lain-lain	250.000	1	250.000
<b>TOTAL</b>			<b>9.850.000</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Dilihat dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa Harga Pokok Produksi perbulannya adalah Rp 9.850.000,- (Rp 118.200.000,- per tahun). Namun untuk penentuan gaji karyawan, akan meningkat setiap tahunnya sesuai dengan Peraturan Pemerintah / PP Nomor 78 tahun 2015 tentang pengupahan dimana pemerintah juga memberikan formula untuk melakukan penghitungannya yaitu UMP Tahun Depan = UMP Berjalan + (UMP Berjalan x (Inflasi + Pertumbuhan Ekonomi). Tingkat inflasi sebesar 6,5% dan pertumbuhan ekonomi sebesar 5% (bi.go.id)

#### 4.4.3 Rencana Investasi

Rencana Investasi disini merupakan gambaran biaya yang harus disiapkan untuk memulai usaha "Rimora Pay". Berikut rincian investasi yang harus disiapkan :

**Tabel 4.10**

#### Rencana Investasi

Investasi Awal					
Keterangan	Harga	Jumlah	Biaya	UE	Penyusutan
<b>Aspek Operasi</b>					
Komputer	10.000.000	1	10.000.000	5	2.000.000
Genset	3.550.000	1	3.550.000	5	710.000
UPS	1.500.000	1	1.500.000	5	300.000
Pembuatan Aplikasi	7.000.000	1	7.000.000	5	1.400.000
Server	17.500.000	1	17.500.000	5	3.500.000
AC	2.600.000	1	2.600.000	5	520.000
Handphone	2.485.000	1	2.485.000	5	497.000
Telepon Rumah	200.000	1	200.000	5	40.000
Meja Kursi Kantor	750.000	4	3.000.000	5	600.000
Pasang Listrik	3.000.000	1	3.000.000	5	600.000
Seragam Karyawan	70.000	6	420.000	5	84.000
<b>TOTAL</b>			<b>51.255.000</b>		<b>10.251.000</b>

Sumber : Data sekunder yang diolah tahun 2016

#### 4.5 Aspek Sumber Daya Manusia

##### 4.5.1 Analisis Pekerjaan

Analisis pekerjaan disini mencakup *Job Description* dan *Job Specification* serta jumlah karyawan yang dibutuhkan oleh "Rimora Pay". Berikut penjelasannya dalam tabel :

**Tabel 4.11**

**Analisis Pekerjaan**

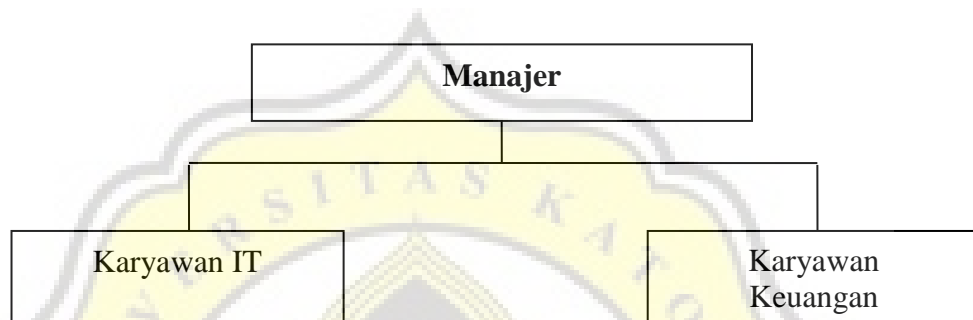
Posisi Jabatan	Deskripsi Pekerjaan	Spesifikasi	Jumlah
Manajer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan.</li> <li>- Mengontrol sistem kerja Rimora Pay.</li> <li>- Merencanakan pengembangan produk.</li> <li>- Mengatur sistem keuangan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sarjana Ekonomi (Terutama manajemen)</li> <li>- Mampu merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengontrol sistem kerja "Rimora Pay".</li> <li>- Memiliki IPK minimal 3,5</li> </ul>	1
Karyawan IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab atas sistem operasi dan teknologi proses produksi Rimora Pay.</li> <li>- Membuat program aplikasi sesuai dengan desain sistem operasi yang telah diberikan Rimora Pay.</li> <li>- Mengontrol, menjaga, dan memelihara sistem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sarjana IT / Teknik Informatika</li> <li>- Memiliki IPK minimal 3,25</li> <li>- Memiliki pengalaman bekerja dibidang IT selama 2 tahun</li> </ul>	1
Karyawan Administrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat laporan keuangan.</li> <li>- Mengecek proses setiap transaksi.</li> <li>- Mengurus pajak perusahaan.</li> <li>- Ramah, sopan, dan tanggap dalam melayani pelanggan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sarjana Ekonomi (Terutama akuntansi)</li> <li>- <i>Fresh graduate</i> / sudah berpengalaman</li> <li>- Memiliki IPK minimal 3,25</li> <li>- Mampu membuat laporan keuangan dengan baik dan jelas</li> </ul>	1

#### 4.5.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di dalam “*Rimora Pay*” adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.2**

#### **Struktur Organisasi**



Karena "*Rimora Pay*" masih baru dan tidak perlu membutuhkan banyak karyawan, maka strukturnya juga ramping, dimana manajer mengatasi semua karyawan secara langsung yaitu karyawan IT dan karyawan admin/keuangan.

#### 4.5.3 Rekrutmen, Seleksi, dan Orientasi

##### 1. Rekrutmen

Untuk proses rekrutmen, "*Rimora Pay*" menyediakan lowongan untuk 1 orang karyawan yang ahli dibidang IT. "*Rimora Pay*" membutuhkan karyawan yang sudah berpengalaman minimal 2 tahun dan juga merupakan lulusan dari jurusan IT. Lalu posisi karyawan administrasi/keuangan yang akan diisi oleh seorang akuntan.

Lowongan akan kami buka di Koran lokal seperti Suara Merdeka, Wawasan, dan Tribun Jateng serta beberapa website di

internet. Selain itu *“Rimora Pay”* juga dapat bekerja sama dengan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang untuk merekrut mahasiswanya yang sudah lulus dan sedang mencari lowongan pekerjaan.

## 2. Seleksi

Karena karyawan IT nantinya akan memegang kendali yang cukup besar dalam proses produksi, maka *“Rimora Pay”* melakukan seleksi yang cukup ketat pada bagian ini. Para pelamar harus memiliki pengalaman minimal 2 tahun kerja di bidang IT. Pelamar harus melalui tahap wawancara terlebih dahulu. Selain itu para pelamar juga harus melewati beberapa test yang *“Rimora Pay”* berikan dan yang berkaitan dengan sistem teknologi informasi. Pada test tersebut *“Rimora Pay”* juga akan bekerja sama dengan orang – orang yang kompeten dibidang IT atau juga dapat bekerja sama dengan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang memiliki jurusan Informasi Teknologi dalam melakukan perekrutan karyawan. Untuk karyawan administrasi, akan diseleksi dari sarjana S1 lulusan Akuntansi yang sudah mahir dalam membuat laporan keuangan.

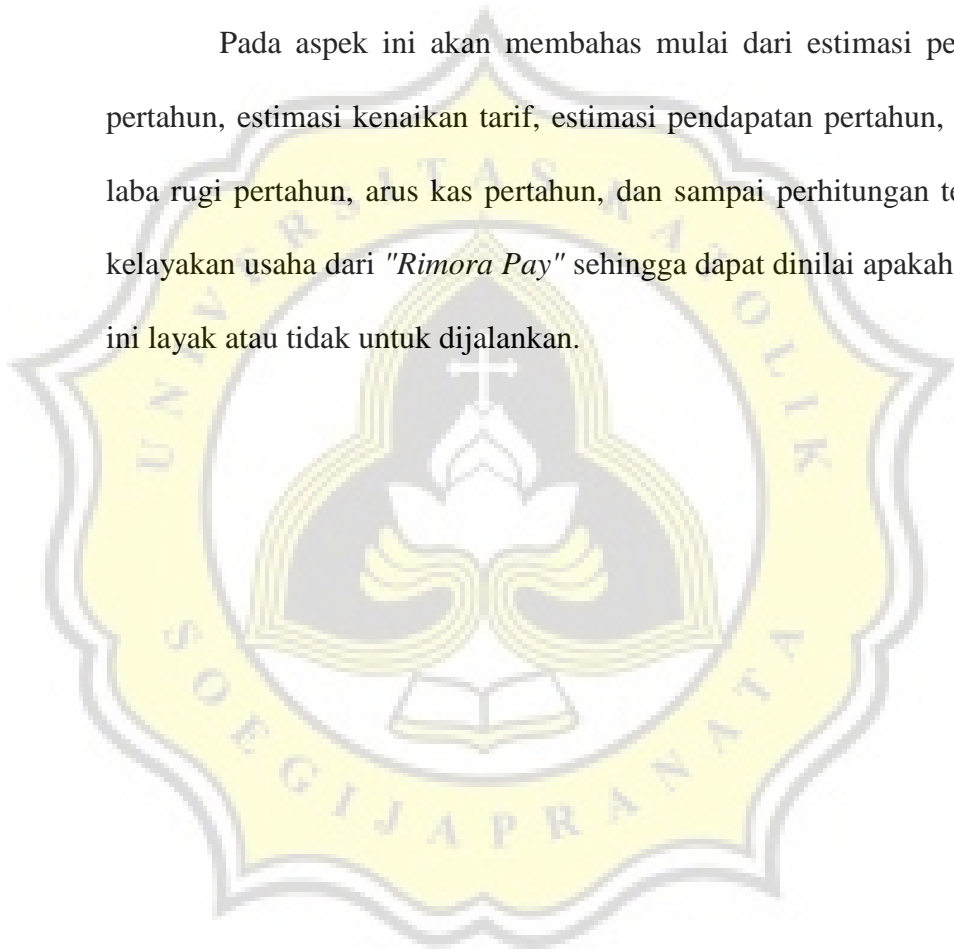
## 3. Orientasi

Dalam proses orientasi, karyawan akan diajarkan mengenai sistem kerja dari *“Rimora Pay”*. Karyawan baru tersebut akan

dijelaskan tahapan – tahapan cara kerja sistem aplikasi “*Rimora Pay*”.  
Karyawan tentu juga diberi tahu visi dan misi serta target dari *Rimora Pay* ini.

#### **4.6 Aspek Keuangan**

Pada aspek ini akan membahas mulai dari estimasi penjualan pertahun, estimasi kenaikan tarif, estimasi pendapatan pertahun, laporan laba rugi pertahun, arus kas pertahun, dan sampai perhitungan terhadap kelayakan usaha dari “*Rimora Pay*” sehingga dapat dinilai apakah proyek ini layak atau tidak untuk dijalankan.



#### 4.6.1 Estimasi Penjualan

**Tabel 4.12**

**Estimasi Penjualan Pertahun (Pesimis)**

<b>Estimasi Penjualan</b>	<b>Persentase</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	10%	389	467	560	672	806
Rp2.000.001-Rp4.000.000	20%	778	933	1120	1344	1612
Rp4.000.001-Rp6.000.000	20%	778	933	1120	1344	1612
Rp6.000.001-Rp8.000.000	25%	972	1166	1400	1680	2016
Rp8.000.001-Rp10.000.000	25%	972	1166	1400	1680	2016
<b>TOTAL</b>		<b>3888</b>	<b>4666</b>	<b>5599</b>	<b>6718</b>	<b>8062</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.13**

**Estimasi Penjualan Pertahun (Normal)**

<b>Estimasi Penjualan</b>	<b>Persentase</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	10%	432	518	622	746	896
Rp2.000.001-Rp4.000.000	20%	864	1037	1244	1493	1792
Rp4.000.001-Rp6.000.000	20%	864	1037	1244	1493	1792
Rp6.000.001-Rp8.000.000	25%	1080	1296	1555	1866	2239
Rp8.000.001-Rp10.000.000	25%	1080	1296	1555	1866	2239
<b>TOTAL</b>		<b>4320</b>	<b>5184</b>	<b>6221</b>	<b>7465</b>	<b>8958</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.14**  
**Estimasi Penjualan Pertahun (Optimis)**

Estimasi Penjualan	Persentase	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Rp0-Rp2.000.000	10%	475	570	684	821	985
Rp2.000.001-Rp4.000.000	20%	950	1140	1369	1642	1971
Rp4.000.001-Rp6.000.000	20%	950	1140	1369	1642	1971
Rp6.000.001-Rp8.000.000	25%	1188	1426	1711	2053	2463
Rp8.000.001-Rp10.000.000	25%	1188	1426	1711	2053	2463
<b>TOTAL</b>		<b>4752</b>	<b>5702</b>	<b>6843</b>	<b>8211</b>	<b>9854</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan :

- i. Persentase penjualan semakin besar pada nominal yang juga semakin besar berdasarkan asumsi bahwa masyarakat semakin khawatir untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* jika berkaitan dengan nominal yang semakin banyak, oleh karena itu semakin banyak pula masyarakat yang akan menggunakan "*Rimora Pay*" sebagai jasa perantara yang mengatasi kekhawatiran tersebut.
- ii. Terdapat kenaikan penjualan pertahunnya sebesar 50% dari estimasi pertumbuhan B2C E-Commerce Sales dari tahun 2013-2016 yang di rata-rata sebesar 40% pertahunnya ( $40\% \times 50\% = 20\%$ ). Maka "*Rimora Pay*" menggunakan pertumbuhan penjualan sebesar 20% pertahunnya.



**Tabel 4.15**

**Pertumbuhan B2C E-Commerce Sales (Dalam Milyar)**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2013</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>
Penjualan di Indonesia	\$1,79	\$2,60	\$3,56	\$4,89
Persen Pertumbuhan		45%	37%	37%

Sumber : Majalah Marketing Edisi 08/XIV/Agustus/2014, [WSJ](#), Event Veritrans: Rise of E-Commerce.

**4.6.2 Estimasi Kenaikan Tarif**

**Tabel 4.16**

**Estimasi Kenaikan Tarif Pertahun**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	Rp 10.000	Rp 10.650	Rp 11.342	Rp 12.079	Rp 12.865
Rp2.000.001-Rp4.000.000	Rp 20.000	Rp 21.300	Rp 22.685	Rp 24.159	Rp 25.729
Rp4.000.001-Rp6.000.000	Rp 30.000	Rp 31.950	Rp 34.027	Rp 36.238	Rp 38.594
Rp6.000.001-Rp8.000.000	Rp 40.000	Rp 42.600	Rp 45.369	Rp 48.318	Rp 51.459
Rp8.000.001-Rp10.000.000	Rp 50.000	Rp 53.250	Rp 56.711	Rp 60.397	Rp 64.323

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan :

- i. Terdapat kenaikan tarif sebesar 6,5% berdasarkan tingkat inflasi di Indonesia tahun 2015 (bi.go.id)

#### 4.6.3 Estimasi Pendapatan

**Tabel 4.17**  
**Estimasi Pendapatan Pertahun (Pesimis)**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	Rp 3.888.000	Rp 4.968.864	Rp 5.962.637	Rp 7.155.164	Rp 8.586.197
Rp2.000.001-Rp4.000.000	Rp 15.552.000	Rp 19.875.456	Rp 23.850.547	Rp 28.620.657	Rp 34.344.788
Rp4.000.001-Rp6.000.000	Rp 23.328.000	Rp 29.813.184	Rp 35.775.821	Rp 42.930.985	Rp 51.517.182
Rp6.000.001-Rp8.000.000	Rp 38.880.000	Rp 49.688.640	Rp 59.626.368	Rp 71.551.642	Rp 85.861.970
Rp8.000.001-Rp10.000.000	Rp 48.600.000	Rp 62.110.800	Rp 74.532.960	Rp 89.439.552	Rp 107.327.462
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 130.248.000</b>	<b>Rp 166.456.944</b>	<b>Rp 199.748.333</b>	<b>Rp 239.697.999</b>	<b>Rp 287.637.599</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.18****Estimasi Pendapatan Pertahun (Normal)**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	Rp 4.320.000	Rp 5.520.960	Rp 6.625.152	Rp 7.950.182	Rp 9.540.219
Rp2.000.001-Rp4.000.000	Rp 17.280.000	Rp 22.083.840	Rp 26.500.608	Rp 31.800.730	Rp 38.160.876
Rp4.000.001-Rp6.000.000	Rp 25.920.000	Rp 33.125.760	Rp 39.750.912	Rp 47.701.094	Rp 57.241.313
Rp6.000.001-Rp8.000.000	Rp 43.200.000	Rp 55.209.600	Rp 66.251.520	Rp 79.501.824	Rp 95.402.189
Rp8.000.001-Rp10.000.000	Rp 54.000.000	Rp 69.012.000	Rp 82.814.400	Rp 99.377.280	Rp 119.252.736
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 144.720.000</b>	<b>Rp 184.952.160</b>	<b>Rp 221.942.592</b>	<b>Rp 266.331.110</b>	<b>Rp 319.597.332</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.19****Estimasi Pendapatan Pertahun (Optimis)**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
Rp0-Rp2.000.000	Rp 4.752.000	Rp 6.073.056	Rp 7.287.667	Rp 8.745.201	Rp 10.494.241
Rp2.000.001-Rp4.000.000	Rp 19.008.000	Rp 24.292.224	Rp 29.150.669	Rp 34.980.803	Rp 41.976.963
Rp4.000.001-Rp6.000.000	Rp 28.512.000	Rp 36.438.336	Rp 43.726.003	Rp 52.471.204	Rp 62.965.445
Rp6.000.001-Rp8.000.000	Rp 47.520.000	Rp 60.730.560	Rp 72.876.672	Rp 87.452.006	Rp 104.942.408
Rp8.000.001-Rp10.000.000	Rp 59.400.000	Rp 75.913.200	Rp 91.095.840	Rp 109.315.008	Rp 131.178.010
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 159.192.000</b>	<b>Rp 203.447.376</b>	<b>Rp 244.136.851</b>	<b>Rp 292.964.221</b>	<b>Rp 351.557.066</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan:

- i. Estimasi Pendapatan Pertahun = Estimasi Penjualan Pertahun x Estimasi Tarif

#### 4.6.2 Laporan Laba Rugi

**Tabel 4.20**  
**Laporan Laba Rugi (Pesimis)**

<b>Keterangan</b>	<b>Awal Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
Pendapatan	Rp -	Rp 130.248.000	Rp 166.456.944	Rp 199.748.333	Rp 239.697.999	Rp 287.637.599
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
<b>Lab Kotor</b>	Rp -	Rp 12.048.000	Rp 39.286.944	Rp 62.576.783	Rp 91.374.721	Rp 126.880.144
<b>Biaya Operasional</b>						
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>Total Biaya Operasional</b>	Rp 32.500.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>EBT (Earning Before Tax)</b>	Rp -	Rp 1.797.000	Rp 29.035.944	Rp 52.325.783	Rp 81.123.721	Rp 116.629.144
Tax (2%)	Rp -	Rp 2.604.960	Rp 3.329.139	Rp 3.994.967	Rp 4.793.960	Rp 5.752.752
<b>EAT (Earning After Tax)</b>	Rp -	Rp (807.960)	Rp 25.706.805	Rp 48.330.816	Rp 76.329.761	Rp 110.876.392

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.21**  
**Laporan Laba Rugi (Normal)**

<b>Keterangan</b>	<b>Awal Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
Pendapatan	Rp -	Rp 144.720.000	Rp 184.952.160	Rp 221.942.592	Rp 266.331.110	Rp 319.597.332
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
<b>Lab Kotor</b>	Rp -	Rp 26.520.000	Rp 57.782.160	Rp 84.771.042	Rp 118.007.832	Rp 158.839.877
<b>Biaya Operasional</b>						
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>Total Biaya Operasional</b>	Rp 32.500.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>EBT (Earning Before Tax)</b>	Rp -	Rp 16.269.000	Rp 47.531.160	Rp 74.520.042	Rp 107.756.832	Rp 148.588.877
Tax (2%)	Rp -	Rp 2.894.400	Rp 3.699.043	Rp 4.438.852	Rp 5.326.622	Rp 6.391.947
<b>EAT (Earning After Tax)</b>	<b>Rp -</b>	<b>Rp 13.374.600</b>	<b>Rp 43.832.117</b>	<b>Rp 70.081.190</b>	<b>Rp 102.430.210</b>	<b>Rp 142.196.931</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.22**  
**Laporan Laba Rugi (Optimis)**

<b>Keterangan</b>	<b>Awal Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
Pendapatan	Rp -	Rp 159.192.000	Rp 203.447.376	Rp 244.136.851	Rp 292.964.221	Rp 351.557.066
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
<b>Lab Kotor</b>	Rp -	Rp 40.992.000	Rp 76.277.376	Rp 106.965.301	Rp 144.640.943	Rp 190.799.610
<b>Biaya Operasional</b>						
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>Total Biaya Operasional</b>	Rp 32.500.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
<b>EBT (Earning Before Tax )</b>	Rp -	Rp 30.741.000	Rp 66.026.376	Rp 96.714.301	Rp 134.389.943	Rp 180.548.610
<i>Tax (2%)</i>	Rp -	Rp 3.183.840	Rp 4.068.948	Rp 4.882.737	Rp 5.859.284	Rp 7.031.141
<b>EAT (Earning After Tax)</b>	Rp -	Rp 27.557.160	Rp 61.957.428	Rp 91.831.564	Rp 128.530.659	Rp 173.517.469

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan:

- i. Tax sebesar 2% menurut PPH Pasal 23 yang objek dari PPH itu sendiri adalah perantara dan/atau keagenan.

**Tabel 4.23**  
**Estimasi HPP Pertahun**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
<b>BTKL</b>					
Gaji Manajer	Rp 2.500.000	Rp 2.787.500	Rp 3.108.063	Rp 3.465.490	Rp 3.864.021
Gaji Karyawan IT	Rp 2.000.000	Rp 2.230.000	Rp 2.486.450	Rp 2.772.392	Rp 3.091.217
Gaji Karyawan Keuangan	Rp 2.000.000	Rp 2.230.000	Rp 2.486.450	Rp 2.772.392	Rp 3.091.217
<b>Biaya Overhead</b>					
Sewa Kantor	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Listrik	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000
Biaya Internet 10 Mbps Indihome	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Biaya Lain-lain	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 9.850.000</b>	<b>Rp 10.597.500</b>	<b>Rp 11.430.963</b>	<b>Rp 12.360.273</b>	<b>Rp 13.396.455</b>
<b>PERTAHUN</b>	<b>Rp 118.200.000</b>	<b>Rp 127.170.000</b>	<b>Rp 137.171.550</b>	<b>Rp 148.323.278</b>	<b>Rp 160.757.455</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

- ii. HPP : Terdapat kenaikan gaji karyawan sesuai dengan peraturan pemerintah sebesar 11,5% (6,5% inflasi dan 5% pertumbuhan ekonomi)

### 4.6.3 Arus Kas

Tabel 4.24

#### Laproan Arus Kas (Pesimis)

Keterangan	Awal Tahun 2017	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
<b>Kas Masuk</b>						
Pendapatan	Rp -	Rp 130.248.000	Rp 166.456.944	Rp 199.748.333	Rp 239.697.999	Rp 287.637.599
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
Modal Sendiri	Rp 201.955.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>Rp 201.955.000</b>	<b>Rp 140.499.000</b>	<b>Rp 176.707.944</b>	<b>Rp 209.999.333</b>	<b>Rp 249.948.999</b>	<b>Rp 297.888.599</b>
<b>Kas Keluar</b>						
Investasi	Rp 51.255.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
Tax	Rp -	Rp 2.604.960	Rp 3.329.139	Rp 3.994.967	Rp 4.793.960	Rp 5.752.752
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>Rp 83.755.000</b>	<b>Rp 131.055.960</b>	<b>Rp 140.750.139</b>	<b>Rp 151.417.517</b>	<b>Rp 163.368.238</b>	<b>Rp 176.761.207</b>
Selisih	Rp 118.200.000	Rp 9.443.040	Rp 35.957.805	Rp 58.581.816	Rp 86.580.761	Rp 121.127.392
Saldo Kas Awal	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.643.040	Rp 163.600.845	Rp 222.182.661	Rp 308.763.422
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>Rp 118.200.000</b>	<b>Rp 127.643.040</b>	<b>Rp 163.600.845</b>	<b>Rp 222.182.661</b>	<b>Rp 308.763.422</b>	<b>Rp 429.890.814</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016



Tabel 4.25

## Laporan Arus Kas (Normal)

Keterangan	Awal Tahun 2017	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
<b>Kas Masuk</b>						
Pendapatan	Rp -	Rp 144.720.000	Rp 184.952.160	Rp 221.942.592	Rp 266.331.110	Rp 319.597.332
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
Modal Sendiri	Rp 201.955.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>Rp 201.955.000</b>	<b>Rp 154.971.000</b>	<b>Rp 195.203.160</b>	<b>Rp 232.193.592</b>	<b>Rp 276.582.110</b>	<b>Rp 329.848.332</b>
<b>Kas Keluar</b>						
Investasi	Rp 51.255.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
Tax	Rp -	Rp 2.894.400	Rp 3.699.043	Rp 4.438.852	Rp 5.326.622	Rp 6.391.947
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>Rp 83.755.000</b>	<b>Rp 131.345.400</b>	<b>Rp 141.120.043</b>	<b>Rp 151.861.402</b>	<b>Rp 163.900.900</b>	<b>Rp 177.400.402</b>
Selisih	Rp 118.200.000	Rp 23.625.600	Rp 54.083.117	Rp 80.332.190	Rp 112.681.210	Rp 152.447.931
Saldo Kas Awal	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 141.825.600	Rp 195.908.717	Rp 276.240.907	Rp 388.922.117
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>Rp 118.200.000</b>	<b>Rp 141.825.600</b>	<b>Rp 195.908.717</b>	<b>Rp 276.240.907</b>	<b>Rp 388.922.117</b>	<b>Rp 541.370.047</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.26**  
**Laporan Arus Kas (Optimis)**

Keterangan	Awal Tahun 2017	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
<b>Kas Masuk</b>						
Pendapatan	Rp -	Rp 159.192.000	Rp 203.447.376	Rp 244.136.851	Rp 292.964.221	Rp 351.557.066
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
Modal Sendiri	Rp 201.955.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>Rp 201.955.000</b>	<b>Rp 169.443.000</b>	<b>Rp 213.698.376</b>	<b>Rp 254.387.851</b>	<b>Rp 303.215.221</b>	<b>Rp 361.808.066</b>
<b>Kas Keluar</b>						
Investasi	Rp 51.255.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Pemasaran	Rp 32.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Penyusutan	Rp -	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000	Rp 10.251.000
HPP	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 127.170.000	Rp 137.171.550	Rp 148.323.278	Rp 160.757.455
Tax	Rp -	Rp 3.183.840	Rp 4.068.948	Rp 4.882.737	Rp 5.859.284	Rp 7.031.141
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>Rp 83.755.000</b>	<b>Rp 131.634.840</b>	<b>Rp 141.489.948</b>	<b>Rp 152.305.287</b>	<b>Rp 164.433.563</b>	<b>Rp 178.039.597</b>
Selisih	Rp 118.200.000	Rp 37.808.160	Rp 72.208.428	Rp 102.082.564	Rp 138.781.659	Rp 183.768.469
Saldo Kas Awal	Rp -	Rp 118.200.000	Rp 156.008.160	Rp 228.216.588	Rp 330.299.153	Rp 469.080.811
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>Rp 118.200.000</b>	<b>Rp 156.008.160</b>	<b>Rp 228.216.588</b>	<b>Rp 330.299.153</b>	<b>Rp 469.080.811</b>	<b>Rp 652.849.281</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

Keterangan :

- i. Modal Sendiri = Investasi + HPP Setahun + Biaya Operasional Setahun  
= Rp 51.255.000 + Rp 118.200.000 + Rp 32.500.000  
= Rp 201.955.000
- ii. Saldo Kas Akhir = Selisih + Saldo Kas Awal  
= Rp 118.200.000 + Rp 0  
= Rp 118.200.000 (Awal Tahun 2017)



#### 4.6.4 Kelayakan Usaha

##### A. NPV (*Net Present Value*)

**Tabel 4.27**

##### **NPV (Pesimis)**

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash Inflow	Discount Factor 7%	PRESENT VALUE
2017	Rp (807.960)	Rp 10.251.000	Rp 9.443.040	0,934	Rp 11.219.264
2018	Rp 26.876.805	Rp 10.251.000	Rp 37.127.805	0,873	Rp 34.791.516
2019	Rp 50.922.366	Rp 10.251.000	Rp 61.173.366	0,816	Rp 52.281.109
2020	Rp 80.635.039	Rp 10.251.000	Rp 90.886.039	0,762	Rp 71.606.222
2021	Rp 117.234.047	Rp 10.251.000	Rp 127.485.047	0,68	Rp 88.929.083
Total PV					Rp 258.827.194
NPV					Rp 175.072.194

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.28**

##### **NPV (Normal)**

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash Inflow	Discount Factor 7%	PRESENT VALUE
2017	Rp 13.374.600	Rp 10.251.000	Rp 23.625.600	0,934	Rp 22.066.310
2018	Rp 45.002.117	Rp 10.251.000	Rp 55.253.117	0,873	Rp 48.235.971
2019	Rp 72.672.740	Rp 10.251.000	Rp 82.923.740	0,816	Rp 67.665.772
2020	Rp 106.735.488	Rp 10.251.000	Rp 116.986.488	0,762	Rp 89.143.704
2021	Rp 148.554.586	Rp 10.251.000	Rp 158.805.586	0,68	Rp 107.987.798
Total PV					Rp 335.099.556
NPV					Rp 251.344.556

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 2.29**

**NPV (Optimis)**

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash Inflow	Discount Factor 7%	PRESENT VALUE
2017	Rp 27.557.160	Rp 10.251.000	Rp 37.808.160	0,934	Rp 35.312.821
2018	Rp 63.127.428	Rp 10.251.000	Rp 73.378.428	0,873	Rp 64.059.368
2019	Rp 94.423.114	Rp 10.251.000	Rp 104.674.114	0,816	Rp 85.414.077
2020	Rp 132.835.937	Rp 10.251.000	Rp 143.086.937	0,762	Rp 109.032.246
2021	Rp 179.875.124	Rp 10.251.000	Rp 190.126.124	0,68	Rp 129.285.765
Total PV					Rp 423.104.277
NPV					Rp 339.349.277

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

- i. Discount Factor = 7% (SBI 6,4% maka pembulatan keatas)
  - ii. Cash Inflow = EAT + Depresiasi
  - iii. Present Value = Cash Inflow x Discount Factor
  - iv. NPV = Total PV - Investasi Awal
  - v. NPV Pesimis Rp 175.072.194 > 0 = **Layak**  
 NPV Normal Rp 251.344.556 > 0 = **Layak**  
 NPV Optimis Rp 339.349.277 > 0 = **Layak**
- Maka proyek ini layak dijalankan karena NPV nya semua positif.

**B. PI (Profitability Index)**

- i. Profitability Index = Total PV / Investasi awal
- ii. PI Pesimis = Rp 175.072.194 / Rp 83.755.000  
 = 3,09 Kali > 1  
 = **Layak**

PI Normal = Rp 251.344.556 / Rp 83.755.000  
 = 4 Kali > 1  
 = **Layak**

PI Optimis = Rp 339.349.277 / Rp 83.755.000  
 = 5,05 Kali > 1  
 = **Layak**

Maka proyek ini dinyatakan layak untuk dijalankan karena semua PI lebih besar dari 1.

**C. PP (Payback Period)**

**Tabel 4.30**

**PP (Pesimis)**

Investasi awal	Rp	83.755.000
Cash Inflow Th 2017	Rp	9.443.040
Belum Tertutup	Rp	74.311.960
Cash Inflow Th 2018	Rp	37.127.805
Belum Tertutup	Rp	37.184.155
Cash Inflow Th 2019	Rp	61.173.366
Tertutup	Rp	(23.989.211)

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.31**

**PP (Normal)**

Investasi awal	Rp	83.755.000
Cash Inflow Th 2017	Rp	23.625.600
Belum Tertutup	Rp	60.129.400
Cash Inflow Th 2018	Rp	55.253.117
Belum Tertutup	Rp	4.876.283
Cash Inflow Th 2019	Rp	82.923.740
Tertutup	Rp	(78.047.457)

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

**Tabel 4.32**

**PP (Optimis)**

Investasi awal	Rp	83.755.000
Cash Inflow Th 2017	Rp	37.808.160
Belum Tertutup	Rp	45.946.840
Cash Inflow Th 2018	Rp	73.378.428
Terutup	Rp	(27.431.588)

Sumber : Data yang diolah tahun 2016

i. *Payback Period* Pesimis pada tahun 2019

*Payback Period* Normal pada tahun 2019

*Payback Period* Optimis pada tahun 2018

#### D. IRR (*Internal Rate of Return*)

**Tabel 4.33**

##### **IRR (Pesimis)**

<b>Tahun</b>	<b>CASH FLOW</b>
0	Rp (83.755.000)
2017	Rp 9.443.040
2018	Rp 37.127.805
2019	Rp 61.173.366
2020	Rp 90.886.039
2021	Rp 127.485.047
SBI Rate	7%
<b>IRR</b>	45,48%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016 menggunakan rumus Microsoft Excel.

**Tabel 4.34**

##### **IRR (Normal)**

<b>Tahun</b>	<b>CASH FLOW</b>
0	Rp (83.755.000)
2017	Rp 23.625.600
2018	Rp 55.253.117
2019	Rp 82.923.740
2020	Rp 116.986.488
2021	Rp 158.805.586
SBI Rate	7%
<b>IRR</b>	63,7%

Sumber : Data yang diolah tahun 2016 menggunakan rumus Microsoft Excel.



**Tabel 4.35**

**IRR (Optimis)**

<b>Tahun</b>	<b>CASH FLOW</b>
0	Rp (83.755.000)
2017	Rp 37.808.160
2018	Rp 73.378.428
2019	Rp 104.674.114
2020	Rp 143.086.937
2021	Rp 190.126.124
SBI	7%
<b>IRR</b>	<b>81,25%</b>

Sumber : Data yang diolah tahun 2016 menggunakan rumus Microsoft Excel.

i. Rumus Excel

=IRR(values)

Values adalah investasi awal (negatif) sampai pendapatan bersih pada tahun 2021.

ii. IRR Pesimis 45,48% > SBI Rate 2016 sebesar 7%

IRR Normal 63,7% > SBI Rate 2016 sebesar 7%

IRR Optimis 81,25% > SBI Rate 2016 sebesar 7%

Maka proyek ini dinyatakan layak untuk dijalankan karena nilai IRRnya lebih besar dari tingkat suku bunga saat ini.