BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

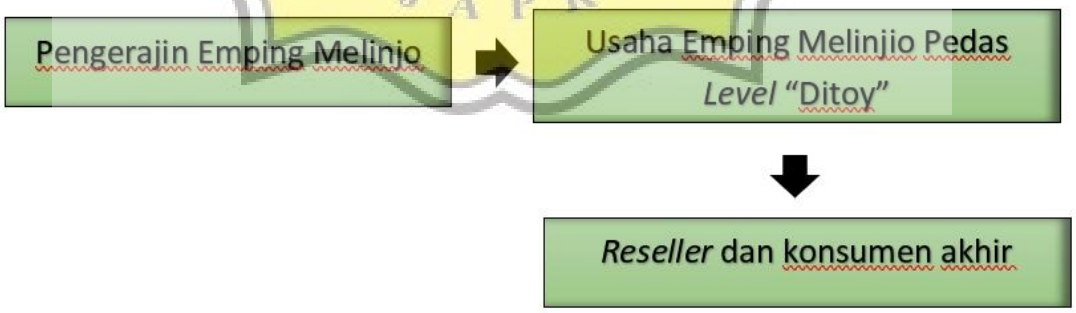
4.1. Konsep Bisnis Usaha Emping Melinjo Pedas Level "Ditoy"

Konsep bisnis yang akan diangkat pada penelitian ini adalah sebagai bisnis *Offline* dan *Online* yang terdapat pada penelitian ini adalah bidang kuliner. Untuk semua kalangan masyarakat, dengan rentang usia remaja hingga dewasa. Produk yang ditawarkan berupa makanan "emping ori dan emping varian rasa pedas". Usaha emping melinjo dengan tingkat pedas yang berbeda ini bernama "Ditoy".

Calon pembeli dapat memesan produk kapan dan di mana pun pengunjung menginginkannya, selain itu juga dibuka tempat usaha di Desa Limpung untuk membeli produk secara langsung. Tempat usaha yang ada di Desa Limpung juga menarik, berupa gerai kecil dengan ukuran 4x3 meter, dengan tujuan dapat menempatkan gerai tersebut di mana pun tanpa harus susah memikirkan biaya sewa yang luas. Selain itu gerai ini juga dapat memasarkan produk kepada konsumen dengan menyebarkan brosur. Sehingga konsumen dapat mengenal produk baru dari usaha emping "Ditoy". Produk emping yang dijual usaha "Ditoy" memiliki kualitas yang baik. Dengan memilih kualitas emping super supaya hasilnya akan memuaskan konsumen.

Rencana pemesanan pada usaha emping melinjo pedas *level* “Ditoy” dapat melalui 2 cara yaitu dengan mendatangi tempat usaha secara langsung, selain itu jika ingin memesan dengan jumlah besar dapat pesan terlebih dahulu. Namun jika ingin memesan per kilogram juga dapat memesan melalui media sosial dan website secara *online*. Bisa memesan dengan media sosial konsumen dapat memesan jumlah emping yang diinginkan per kilogramnya dan dapat dikirim sesuai lokasi yang diinginkan sesuai alamat yang diisi oleh konsumen menggunakan kurir. Di setiap media sosial yang digunakan, akan diberi lokasi di mana usaha ini berdiri, sehingga konsumen dapat mendatangi langsung bila ingin melihat proses pembuatan emping hingga penjualan secara langsung.

Konsep bisnis ini juga penjual mengambil bahan mentah dari pengrajin emping yang akan dipilih melalui standar emping yang dihasilkan, sehingga kualitas emping selalu terjaga, dan konsumen dapat membeli emping dengan mudah melalui media sosial dan dapat mengunjungi tempat pembuatan emping di Desa Limpung.



Gambar 4.1 Diagram Aliran Konsep Bisnis

4.1.1. Alasan Memilih Bisnis Usaha Emping Secara *Offline* dan *Online*

1. Kuliner makanan seperti ini tidak ada habisnya, karena makhluk hidup membutuhkan makanan.
2. Membuka usaha emping ini penjual dapat menjual empingnya tidak hanya untuk konsumen saja, melainkan kepada sesama penjual juga bisa.
3. Usaha emping merupakan usaha makanan kering sehingga tidak memiliki masa kedaluwarsa yang cepat.
4. Membuka usaha secara *offline* berguna untuk meyakinkan pembeli bahwa tidak adanya unsur penipuan dalam berbisnis. Selain itu konsumen dapat melihat langsung proses pembuatan emping dari awal hingga siap jual.
5. Membuka usaha secara *online* berguna untuk menarik konsumen yang mau membeli menggunakan media sosial, seperti yang kita ketahui. Zaman sekarang media sosial sudah berkembang sehingga membeli barang tidak harus bertatapan, dan jika kita ingin membeli suatu barang juga dapat menggunakan media sosial, untuk memudahkan konsumen dalam membeli emping melinjo pedas *level*.

4.2. Hasil Kuesioner Berdasarkan Konsumen Pesaing

1. Gambaran umum konsumen berdasarkan jenis kelamin, pria sebanyak 15 orang dan wanita sebanyak 5 orang dari 20 responden yang diberikan kepada konsumen pesaing dengan cara menyebarkan kuesioner.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Konsumen Pesaing

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki-Laki	15	75%
Perempuan	5	15%
total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dapat disimpulkan konsumen dalam 20 responden yang diberikan kepada konsumen pesaing dengan cara menyebarkan kuesioner terdapat 15 responden berjenis kelamin pria sebesar 75%.

2. Berdasarkan pekerjaan konsumen terdapat 5 kalangan berbeda yaitu

Tabel 4.2 Status Pekerjaan Pembeli

Jenis Konsumen	Frekuensi	Persen (%)
Pelajar	2	10%
Mahasiswa	7	35%
Pegawai Negeri	1	5%
Pegawai Swasta	7	35%
Wirasuwasta	3	15%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pembeli bekerja sebagai pegawai swasta dan mahasiswa masing-masing 7 orang, dari 20 responden sebesar 70%.

3. Dari pertanyaan mengetahui tentang emping atau tidak, dari 20 responden menjawab mengetahui, data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap konsumen pesaing.

Tabel 4.3 Konsumen pesaing apa mengerti emping?

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Ya	20	100%
Tidak	0	0%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dapat disimpulan dari 20 konsumen mengetahui tentang emping sebesar 100%.

4. Jika ingin membeli emping anda memperoleh informasi darimana?

Tabel 4.4 Konsumen mengetahui emping darimana?

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Media Sosial	7	**35%**
Brosur	8	40%
Instagram	1	5%
Iklan Internet	4	30%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan konsumen mengetahui emping dari brosur yang disebar, sebanyak 8 orang atau sebesar 40%.

5. Apakah anda menyukai emping?

Tabel 4.5 Konsumen apa menyukai emping?

Keterangan	Frekuensi	Persen(%)
Ya	20	100%
Tidak	0	0%

Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Berdasarkan hasil kuesioner konsumen pesaing, dapat disimpulkan bahwa 20 responden menjawab menyukai emping sebesar 100%.

6. Dalam 1 bulan seberapa sering anda mengkonsumsi emping?

Tabel 4.6 Seberapa sering konsumen mengkonsumsi emping?

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Lebih Dari 5 kali	1	5%
2 sampai 4 kali	10	50%
1 kali sebulan	9	45%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 10 orang membeli emping 2-4 kali dalam 1 bulan sebesar 50%.

7. Dari jenis emping yang digemari jenis apa yang disukai oleh konsumen?

Tabel 4.7 Jenis emping yang digemari konsumen pesaing

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Keletuk	6	30%

Ori	14	70%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih menyukai emping ori, sebanyak 14 konsumen dari 20 responden sebesar 70%.

8. Jika ada rasa pedas dengan tingkat yang berbeda apakah anda tertarik?

Tabel 4.8 Konsumen menginginkan rasa pedas dengan tingkat berbeda

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Ya	20	100%
Tidak	0	0%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dari hasil kuesioner berdasarkan konsumen pesaing, konsumen tertarik dengan emping yang rasa pedasnya berdasarkan tingkat yang berbeda sebesar 100%.

9. Darimana biasanya anda membeli emping?

Tabel 4.9 Mengenai di mana konsumen biasanya membeli emping

Keterangan	Frekuensi	Persen (%)
Toko Emping	8	40%
Pasar	8	40%

Supermarket	2	10%
Online	2	10%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada konsumen pesaing, mereka lebih memilih membeli di toko emping dan pasar. Masing-masing sebanyak 8 dari 20 responden yang diberikan kepada konsumen pesaing sebesar 40%.

10. Untuk apa biasanya anda membeli emping?

Tabel 4.10 emping yang dibeli biasanya diapakan?

Keterangan	Frekuensi	Persen(%)
Oleh-Oleh	3	15%
Konsumsi Sendiri	17	85%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dari hasil penyebaran kuesioner dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli emping untuk konsumsi sendiri sebanyak 17 konsumen dari 20 responden sebesar 85%.

11. Dari segi harga, konsumen biasanya membeli dengan harga berapa per kilogram?

Tabel 4.11 Harga biasanya membeli

Keterangan	Frekuensi	Persen(%)
Rp. 30.000	0	0%
Rp. 40.000	8	40%
Rp. 45.000	8	40%
Lebih dari Rp. 50.000	4	20%
Total	20	100%

Sumber: Data primer yang diproses dari hasil penyebaran kuesioner,2020.

Dari segi harga konsumen biasanya membeli dengan harga Rp.40.000 dan Rp.45.000 masing-masing sebanyak 8 orang sebesar 40%.

4.3. Aspek *Business Plan*

4.3.1. Aspek Pemasaran

Berdasarkan aspek dari segi pemasaran yang akan dilakukan yaitu dengan melihat peluang pasar dengan metode *Segmenting,Targeting,* dan *Positioning.* Bauran pemasaran 4P (*Product,Price,Place,Promotion*).

Tabel 4.12 Perencanaan Bisnis Aspek Pemasaran

Aspek	Data	Keterangan	Data yang dibutuhkan/Jawaban
Aspek Pemasaran.	a. STP. -Segmenting.	-Demografis.	-Umur. -Pekerjaan. -Jenis Kelamin. -Kelas Sosial.
		-Psikografis.	-Gaya Hidup.
		-Geografis.	-Desa Limpung dan sekitarnya.
	-Targeting.	-Membagi konsumen melalui metode segmenting.	-Semua umur dan kalangan masyarakat. Terutama kalangan menengah atas.
	-Positioning	-Berdasarkan pesaing usaha emping Desa Limpung.	-Posisi dari usaha emping melinjo "Ditoy" dari usaha emping lain di Desa

			Limpung yaitu menawarkan variasi rasa baru pedas dengan tingkat yang berbeda dan memberi promosi penjualan yang lebih luas seperti media sosial, yang tidak ada pada usaha emping Desa Limpung lainnya.
	b. 4P -Produk -Price -Place	 -Makanan ringan berupa emping. -Harga berubah-ubah. -Desa Limpung dan sekitarnya.	 -Emping yang memiliki varian rasa baru dari emping yang sudah ada. -Rp.50.000-Rp.100.000. -Berupa *Stand* kecil yang dapat

			ditempatkan di mana saja seperti depan indomaret.
	-Promotion	-Jenis media promosi.	-Kartu nama, Brosur, Iklan, Media Sosial (Instagram,Facebook)

Sumber: Data Primer yang Diolah,2020.

4.3.1.1. *Segmenting*

A. Segmentasi Geografis

Usaha emping melinjo "Ditoy" melayani konsumen di mana saja, karena penjualan emping melinjo "Ditoy" bersifat *online* dan *offline*. Dengan kata lain usaha emping melinjo ini melayani konsumen yang ingin memesan emping di mana pun dan kapan pun konsumen menginginkan. Selain itu usaha emping melinjo "Ditoy" juga akan dibuka *outlet* tepatnya di Desa Limpung Jawa Tengah. Sehingga sekitar Jawa Tengah juga dapat memesan dengan mendatangi Desa Limpung.

B. Segmentasi Demografis

Usaha emping melinjo "Ditoy" tidak membagi konsumen dalam proses penjualannya. Karena emping merupakan sifat makanan kering. Dalam segmentasi demografis usaha emping melinjo hanya memberikan pembagian dalam jenis emping mulai dari Keletuk dan *Original* dengan variasi rasa, serta tambahan baru rasa pedas dengan tingkat yang berbeda. Untuk konsumen yang ingin membeli usaha emping melinjo "Ditoy" tidak memberi batasan usia dalam membeli produk emping ini. Hanya saja akan dibuka *outlet* di Desa Limpung dan menjual juga melalui media *Online*.

C. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis usaha emping melinjo juga tidak memberi batasan kalangan yang ingin membeli produk emping. Mulai dari orang-orang petinggi seperti pejabat, orang-orang biasa, hingga orang-orang kalangan menengah ke bawah. Yang ingin membeli emping melinjo hanya tinggal memesan jumlah dan jenis yang diinginkan konsumen. Selain itu usaha emping juga menjual dalam bentuk besar, sehingga orang yang ingin menjual kembali juga dapat memesan di usaha emping melinjo "Ditoy". Dengan melihat peluang tersebut diharapkan usaha emping melinjo "Ditoy" dapat diterima orang-orang Indonesia, sehingga dapat mengenalkan masyarakat mengenai usaha emping melinjo dengan variasi rasa pedas dengan tingkat yang berbeda.

4.3.1.2. *Targeting*

Target utama penjualan diharapkan membeli produk emping melinjo "Ditoy" sehingga mengetahui kualitas yang ada pada emping melinjo "Ditoy" selain itu dengan adanya varian rasa pedas dengan tingkatan yang berbeda diharapkan konsumen dapat mengetahui perbedaan emping melinjo "Ditoy" dengan emping melinjo yang lainnya. Target utamanya adalah konsumen yang berekonomi menengah ke atas selain itu pembeli/konsumen dengan usia 25-35 diharapkan memiliki peluang untuk menjadi *reseller*. Selain *reseller* konsumen yang membeli produk emping sebagai oleh-oleh juga merupakan target utama dalam usaha emping melinjo Ditoy, karena konsumen tersebut membeli dengan jumlah yang tidak sedikit. Selain dua hal tersebut konsumen yang ingin membeli untuk dikonsumsi sendiri juga dapat membeli produk ini melalui media *online* sehingga cakupan pembeli juga luas, di mana dan kapan pun konsumen ingin emping "Ditoy".

4.3.1.3 *Positioning*

Usaha emping melinjo "Ditoy" merupakan usaha baru yang akan ikut berkompetisi dalam persaingan penjualan emping yang sudah ada dari dulu. Sehingga usaha emping melinjo "Ditoy" harus dapat bersaing dengan usaha yang sudah bertahun-tahun ada sebelum usaha emping "Ditoy" hadir. Oleh sebab itu untuk

mengatasi hal tersebut, usaha emping melinjo “Ditoy” menawarkan inovasi baru yaitu dengan menambahkan variasi rasa pedas dengan tingkat yang berbeda, sehingga konsumen yang ingin merasakan sensasi pedas yang lebih pedas dapat mencoba inovasi baru ini. Karena konsumen pasti memiliki selera pedas yang berbeda maka usaha emping melinjo “Ditoy” menawarkan tingkat pedas yang berbeda sehingga konsumen dapat menyesuaikan tingkat kepedasannya sendiri. Selain itu kualitas emping yang ditawarkan juga berbeda, karena usaha emping melinjo “Ditoy” hanya menjual emping dengan kualitas yang baik. Sehingga tidak mudah pecah ketika emping digoreng nantinya.

4.3.1.4 Bauran Pemasaran

Pada bauran pemasaran akan dibagi menjadi 4P yaitu *Place, Price, Product, Promotion* dengan membandingkan usaha emping melinjo tingkat pedas “Ditoy” dengan usaha emping pesaing yang ada di Desa Limpung.

Brand untuk usaha emping melinjo Ditoy menggunakan nama usaha yaitu Ditoy Emping dengan logo brand seperti berikut :

Gambar 4.2 Logo Usaha Emping Melinjo

Tabel 4.13 Perbandingan bauran pemasaran pada pesaing dan usaha emping Ditoy

Keterangan	Bola Dunia	Srikandi	Ditoy	Keterangan
Tempat	Karang Sari Limpung dan sekitarnya	Karang Sari Limpung	Karang Sari Limpung dan sekitarnya	Untuk lokasi produksi dan pemasaran ada sama dengan pesaing ada di Desa Limpung
Harga	Harga tidak stabil kira kira Emping Ori Rp.57.000 Emping Benggol Rp.67.000	Harga tidak stabil kira kira Emping Ori Rp.57.000 Emping Benggol Rp.71.000	Harga tidak stabil kira kira Emping Ori Rp.57.000 Emping Benggol Rp.70.000	Untuk harga yang akan di pasarkan *relative* sama semua tergantung pada harga bahan baku

	Emping Keletuk Rp. 40.000 Harga tidak menentu bisa naik dan turun tergantung bahan baku	Emping Keletuk Rp. 45.000 Harga tidak menentu bisa naik dan turun tergantung bahan baku	Emping Keletuk Rp. 42.000 Sedangkan emping dengan tingkat pedas yang berbeda berkisar Rp.60.000-70.000. Sesuai HPP harga tidak menentu bisa naik dan turun tergantung bahan baku	emping itu sendiri. Untuk saat ini harga tinggi karena belum musim melinjo
Produk	Emping Ori Emping Benggol Emping Keletuk	Emping Ori Emping Benggol Emping Keletuk	Emping Ori Emping Benggol Emping Keletuk Dan emping dengan varian rasa baru tingkat pedas yang berbeda	Sedangkan untuk produk yang akan di pasarkan juga sama, hanya ada inovasi baru berupa rasa pedas yang berbeda untuk menarik konsumen.
Promosi	Tidak ada promosi, hanya menawarkan kepada toko	Tidak ada promosi hanya menawarkan kepada toko toko yang ingin menjual emping	Media *Online* seperti Instagram,Iklan di Internet Media Offline penyebaran brosur	Untuk segi promosi usaha Ditoy jauh lebih unggul sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak dari usaha emping pesaing.

Sumber: Data primer yang diproses dari wawancara,2020.

4.3.1.5. Estimasi Proyeksi Permintaan dan Penawaran Produk

Untuk melakukan estimasi proyeksi permintaan dan penawaran produk untuk usaha emping melinjo Ditoy terlebih dahulu dilakukan survey kepada usaha emping Bola Dunia dan Srikandi sebagai pesaing untuk mengetahui jumlah penjualan.

Tabel 4.14 Perhitungan Jumlah Permintaan Pesaing

Keterangan	Rata-rata/ bulan
Bola Dunia	1000 kg
Srikandi	800 kg
Total	1,800 kg
Rata-rata	900 kg

Sumber : Data primer yang diolah januari 2020

Dengan berdasarkan pada data tersebut, maka dilakukan proyeksi penawaran dari usaha emping melinjo Ditoy adalah di bawah kedua pesaingnya yaitu 50% dari rata-rata, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.15 Proyeksi Jumlah Permintaan Pertahun

Keterangan	Jumlah permintaan/bulan	Jumlah per mintaan/tahun
Emping Ditoy	450 kg	5400 kg

Keterangan: 50% x 900kg = 450kg/bln

450kg per bln x 12 bln = 5400kg per th 12 bln

Tabel 4.16 Proyeksi Penawaran Usaha Emping Ditoy Pertahun

Keterangan	2020	2021	2022	2023
Emping Ditoy	5400 kg	5940 kg	6534 kg	7184 kg

Asumsi: Kenaikan per tahun adalah 10%

4.3.2. Aspek Operasi

Perencanaan pada aspek operasi yang akan dilakukan dengan menentukan lokasi, *layout*, *hardware*, proses produksi yang terdiri dari manajemen persediaan, pengiriman barang dan pembayaran, hingga HPP yang ada pada usaha emping melinjo "Ditoy" sehingga dapat ditentukan biaya yang diperlukan dan laba yang akan diterima usaha emping "Ditoy".

4.3.2.1. Lokasi

Pada aspek operasi yang akan dibahas adalah mengenai lokasi usaha. Lokasi usaha dapat mempengaruhi kelancaran, keberhasilan dan merupakan faktor dari penentuan perkembangan dalam suatu usaha untuk di masa yang akan datang, maka lokasi usaha yang perlu diperhatikan dengan baik supaya dapat melancarkan usaha yang akan

dibuka mendatang oleh sebab itu maka perlu merencanakan dengan baik. Faktor yang diperhatikan adalah berbagai faktor dalam memilih lokasi usaha yaitu:

a. Letak pasar yang dituju.

b. Tenaga listrik dan air yang tersedia.

c. Fasilitas penyedia kebutuhan lain.

d. Tenaga kerja yang tersedia.

e. Kemudahan transportasi.

f. Lingkungan masyarakat sekitar lokasi.

g. Perkembangan dan perluasan usaha di masa depan.

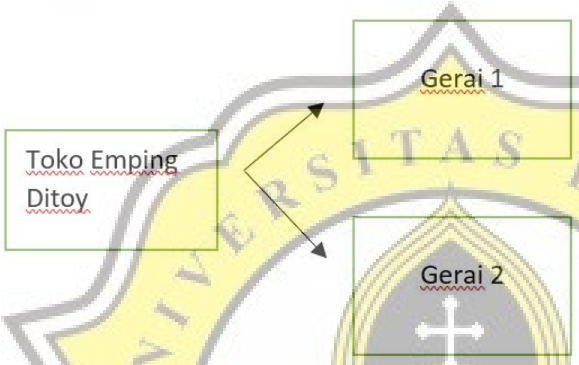
Maka dengan hasil pertimbangan tersebut usaha emping melinjo "Ditoy" akan dibuka di Desa Limpung dengan *outlet* yang berupa *stand* kecil yang dapat diletakkan di mana saja sehingga memudahkan dalam segi penyewaan tempat dan lahan yang tidak perlu terlalu luas, sedangkan usaha pengambilan bahan emping dari warga sekitar Desa Limpung.

4.3.2.2. *Layout*

Penataan tata letak fasilitas *layout* yang akan diadakan pada usaha emping melinjo Ditoy dibagi menjadi 2 bagian, yaitu *layout offline* dan *online.* Yang dimaksud dengan *online* dan *offline* adalah usaha emping melinjo Ditoy dengan membagi 2

bagian tempat penjualan. Pertama *offline*, penjualan berupa toko usaha dan gerai yang dapat dibangun di mana saja sesuai keinginan.

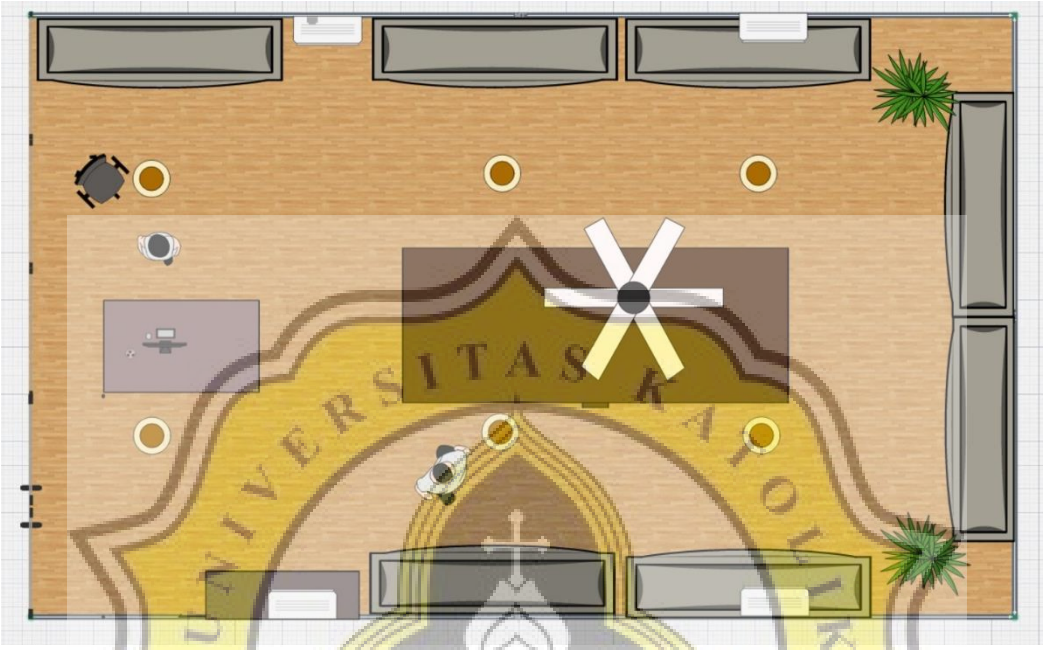
Pada bagian penjualan utama yaitu berada di rumah sendiri yang akan di distribusikan ke gerai kecil-kecil di sekitar daerah Desa Limpung.



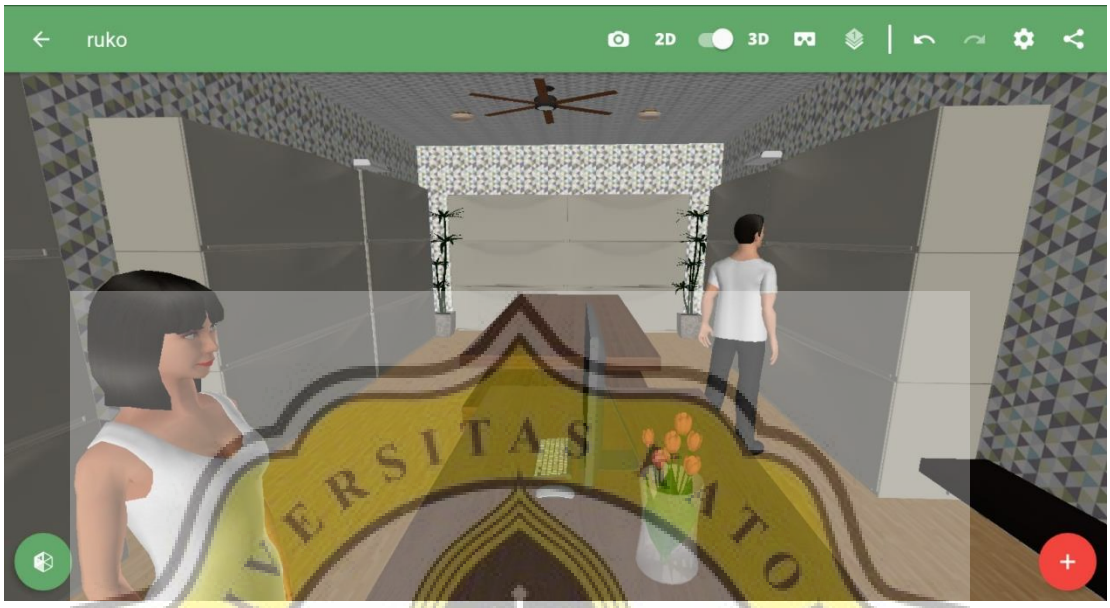
Gambar 4.3 Contoh konsep penjualan emping untuk gerai

Tujuan dengan membangun toko emping Ditoy utama, bertujuan untuk tempat penyimpanan emping siap jual, dan tempat di mana pembeli dapat membeli secara langsung di tempat, selain itu pembeli yang ingin membeli emping dengan jumlah besar dapat langsung membeli di toko emping Ditoy, tidak di gerai kecil. Gerai kecil bertujuan untuk memasarkan produk emping baru berupa emping dengan rasa pedas dengan tingkat yang berbeda. Selain itu tempat di mana emping dijual secara eceran, sehingga pembeli dapat membeli emping tidak harus di toko emping yang berada di Desa Limpung.

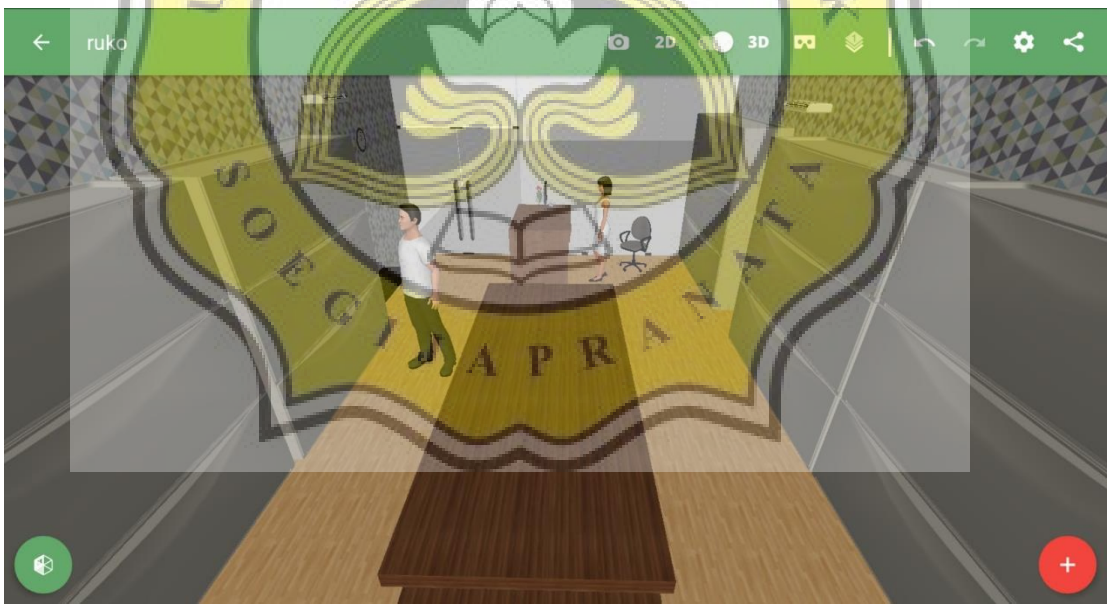
Berikut gambaran mengenai gerai usaha emping yang akan dilaksanakan



Gambar 4.4 Layout tempat usaha emping Ditoy tampak atas.

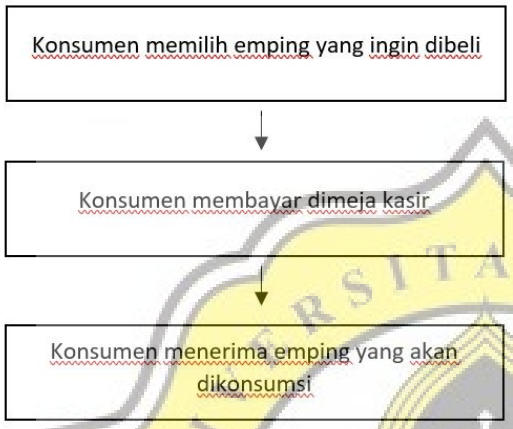


Gambar 4.5 Layout tempat usaha emping Ditoy tampak depan.

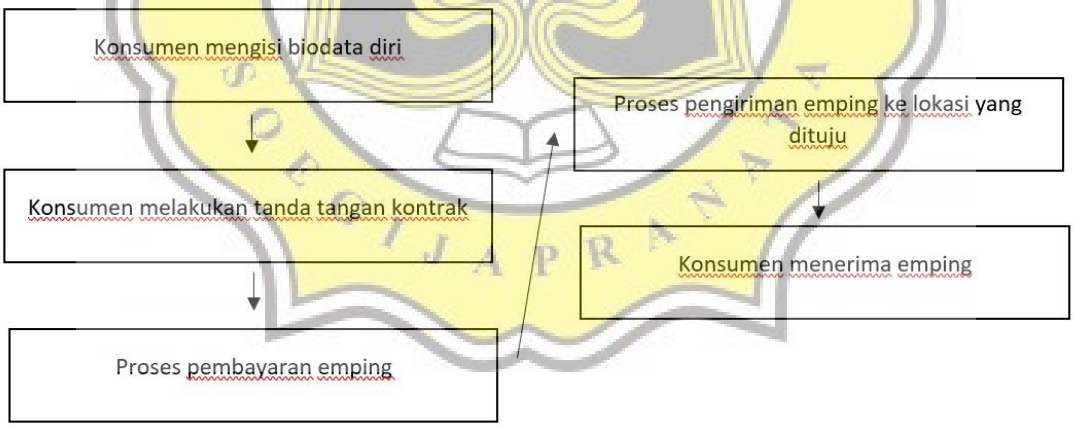


Gambar 4.6 Layout tempat usaha emping Ditoy tampak belakang.

Adapun proses transaksi yang akan dilakukan pada usaha emping melinjo Ditoy yaitu sebagai berikut.



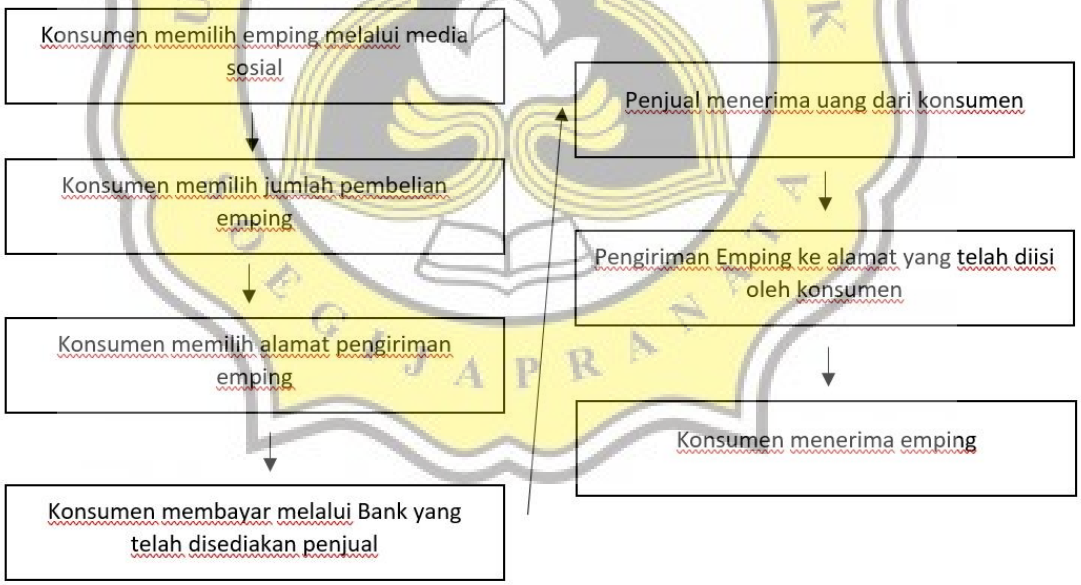
Gambar 4.7 Mengenai proses pembayaran emping



Gambar 4.8 Mengenai proses pembayaran emping berskala bersar

Dari tempat usaha tersebut akan dikirim beberapa emping ke gerai kecil-kecil yang siap menjual emping di sekitar Desa Limpung. Bertujuan untuk menambah jumlah penghasilan dari penjualan emping tersebut. Ini merupakan gambaran konsep dari *layout offline*. Sedangkan untuk gambaran *layout online* yaitu penjualan yang akan dilakukan berdasarkan media sosial berbasis *online*.

Pada media sosial proses penjualan akan dilakukan melalui Facebook, Instagram, Tokopedia, dll. Tata cara pembelian akan sama dengan media sosial lainnya. Pertama konsumen mengisi biodata diri , lalu mengisi jumlah emping yang dibeli dan lokasi pengiriman emping sesuai alamat yang ditulis konsumen.



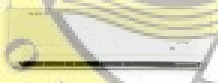
Gambar 4.9 Proses pembelian melalui media sosial

4.3.2.3. Peralatan dan Perlengkapan

Kegiatan produksi dapat berjalan apabila seluruh peralatan dan bahan yang dibutuhkan tersedia. Berikut ini adalah peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan di dalam menjalankan usaha emping melinjo “Ditoy”.

Tabel 4.17 peralatan dan perlengkapan

Peralatan	Gambar	Jumlah	Harga/Unit	Harga total
Komputer		1	Rp. 5.000.000	Rp. 5.000.000
Handphone		1	Rp. 4.000.000	Rp. 4.000.000
Kipas angin		1	Rp.150.000	Rp. 150.000
Lampu		6	Rp. 50.000	Rp.300.000
Mesin Kasir		1	Rp. 4,500.000	Rp. 4.500.000

Meja kursi		1	Rp.1.000.000	Rp.1.000.000
Rak		7	Rp. 800.000	Rp. 5.600.000
Stopkontak		3	Rp.20.000	Rp. 60.000
AC		1	Rp.2.500.000	Rp.2.500.000
Gerai		1	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
Total			Rp.18.720.000	Rp.24.610.000

Sumber: Data primer yang diproses januari 2020.

Setelah peralatan dan perlengkapan untuk toko emping, selanjutnya peralatan dan perlengkapan untuk emping yang akan dipasarkan nantinya. Berikut peralatan dan perlengkapan serta proses pemberian rasa pada emping yang akan dipasarkan.

Tabel 4.18 Peralatan dan perlengkapan serta pemberian rasa pada emping

Peralatan	Gambar	Takaran	Proses memasak
Emping siap untuk digoreng		1 piring penuh emping siap untuk digoreng	Pertama siapkan emping yang akan digoreng (1 piring saja)
Daun jeruk		5 daun jeruk	Kedua siapkan 5 daun jeruk untuk pewangi masakan
Gula pasir		2 sendok gula pasir	Ketiga siapkan 2 sendok gula pasir
Gula merah		2 sendok gula merah sisir	Ketiga siapkan 2 sendok gula merah sisir
Garam		Garam secukupnya	Keempat siapkan garam

Minyak		Minyak goreng secukupnya	Kelima siapkan minyak untuk menumis
Air minum bersih		¾ gelas air minum	Keenam siapkan air ¾ untuk mencairkan bumbu agar tidak terlalu kental
Cabe keriting merah		3 buah cabe merah keriting	Ketujuh siapkan cabe 3 buah untuk 1 piring emping
Cabe rawit merah		1 buah cabe rawit merah	Kedelapan siapkan cabe rawit 1 buah untuk penambah rasa pedas
Bawang merah		3 butir bawang merah	Kesembilan siapkan 3 buah bawang merah
Bawang putih		2 siung bawang putih	Dan kesepuluh siapkan 2 siung bawang putih

Wajan		1 wajan	Setelah semua bahan siap, masukan semua di dalam wajan dan nyalakan dengan api kecil
Spatula		1 spatula	Aduk dengan spatula hingga rata
Saringan		1 saringan	Selanjutnya angkat menggunakan saringan agar minyak tetap tertinggal di wajan
Piring bersih		1 piring	Taruh emping di piring untuk di sajikan

Sumber: Data primer yang telah diproses januari 2020.

Dari data primer diatas merupakan proses pembuatan emping dengan rasa pedas, sedangkan jika kita ingin menggunakan rasa pedas dengan tingkat yang lebih tinggi maka kita perlu menambah cabe pada proses pembuatan rasa pedas. Sehingga emping yang akan dikonsumsi memiliki rasa pedas yang lebih tinggi lagi.

4.3.2.4. Harga Pokok Produksi (HPP)

A. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perincian untuk BTKL

Tabel 4.19 perincian biaya gaji

Keterangan	Gaji Karyawan/bulan	Jumlah Karyawan	Total per bulan	Total per tahun
Karyawan	Rp.1.500.000	3	Rp.4.500.000	Rp. 54.000.000
Total			Rp.4.500.000	RP. 54.000.000

Sumber: Data primer yang diproses januari 2020.

Untuk dapat mengetahui besar harga pokok produksi yang dihasilkan, maka peranan harga bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik yang sangat mempengaruhi harga pokok produksi yang akan secara langsung pada harga pokok penjualan nantinya.

B. Harga bahan baku

Harga bahan baku merupakan rincian bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang yang akan dijual. Bahan baku yang dibutuhkan untuk usaha emping dapat dilihat dari tabel dibawah.

Tabel 4.20 harga bahan baku

Bahan Baku Utama	Harga
Emping siap jemur/kg	Rp.25.000
Total emping siap jemur	Rp.25.000

Sumber : Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Emping siap jemur yaitu emping yang didapatkan dari pengrajin yang selesai melakukan proses pengolahan biji melinjo sehingga menjadi emping yang siap dijemur. Ketika emping siap untuk dijemur, emping tersebut yang akan diolah selanjutnya oleh usaha emping Ditoy, seperti memberi perasa,pembungkusan,dan sebagainya.

C. Bahan biaya penolong

Bahan penolong merupakan suatu bahan di mana tanpa bahan ini, produk yang akan dihasilkan akan tetap dapat diselesaikan.

Berikut ini adalah perhitungan bahan penolong yang diperlukan usaha emping Ditoy:

Bahan penolong :

Plastik pembungkus 100pcs = Rp.10.000

Packing/saset = Rp.100

Packing/box 12 saset = Rp.1.200

Total/box 12 saset = Rp. 1.200

Dari total perhitungan bahan penolong tersebut maka dapat kita ketahui berapa biaya yang akan dialokasikan pada 500gr emping/saset adalah Rp.100 dan 6kg emping/box adalah Rp.1.200.

D. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* merupakan semua biaya produksi selain biaya bahan baku (BBB) dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL). Berikut adalah perincian mengenai biaya *overhead* usaha emping melinjo Ditoy :

Biaya *overhead* :

Biaya listrik = Rp 600.000

Biaya air = Rp 300.000

Biaya bahan bakar (gas) = Rp 300.000

TOTAL = Rp 1.200.000

Dari alokasi biaya bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja langsung serta biaya *overhead* maka dapat diketahui besarnya harga pokok produksi untuk emping yang akan dipasarkan

Tabel 4.21 harga pokok produksi

HPP berdasarkan emping siap jemur

Keterangan	Rupiah
BBB	136.080.000
BTKL	54.000.000
BOP	14.400.000
Total	204.480.000
HPP/kg	37.867
Harga jual/kg	70.000

Keterangan :

BBB = Biaya Bahan Baku

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

BOP = Biaya *Overhead* Pabrik

BBB = (Bahan baku utama + Bahan baku penolong) x jumlah penjualan pertahun

= (Rp 25.000/kg + Rp 200/kg) x 5400 kg

= Rp 25.200/kg x 5400kg

= Rp 136.080.000

BTKL = Rp 1.500.000 x 3orang x 12bulan

= Rp 4.500.000 x 12bulan

= Rp 54.000.000

BOP = Rp 1.200.000/bulan x 12bulan

= Rp 14.400.000

Margin laba = (Rp 70.000- Rp 37.867) / Rp 37.867

= Rp 32.133 / Rp 37.867

= 84,8%

Dari proses penjualan tersebut maka diketahui bahwa penghasilan dengan jumlah keuntungan dari pengrajin adalah 84,8% untuk semua penjualan.

HPP berdasarkan emping yang sudah di inovasi

Keterangan	Rupiah
BBB	190.080.000
BTKL	54.000.000
BOP	14.400.000
Total	272.880.000
HPP/kg	50.534
Harga jual/kg	75.000

Keterangan :

BBB = Biaya Bahan Baku

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

BOP = Biaya *Overhead* Pabrik

BBB = (Bahan baku utama setelah di beri perasa + Bahan baku penolong) x jumlah penjualan pertahun

= (Rp 35.000/kg + Rp 200/kg) x 5400 kg

= Rp 35.200/kg x 5400kg

= Rp 190.080.000

BTKL = Rp 1.500.000 x 3orang x 12bulan

= Rp 4.500.000 x 12bulan

= Rp 54.000.000

BOP = Rp 1.200.000/bulan x 12bulan

= Rp 14.400.000

Margin laba = (Rp 75.000- Rp 50.534) / Rp 50.534

= Rp 24.466 / Rp 50.534

= 48,4%

4.3.3. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia dalam toko emping Ditoy mencakup fungsi manajerial dan fungsi operasional.

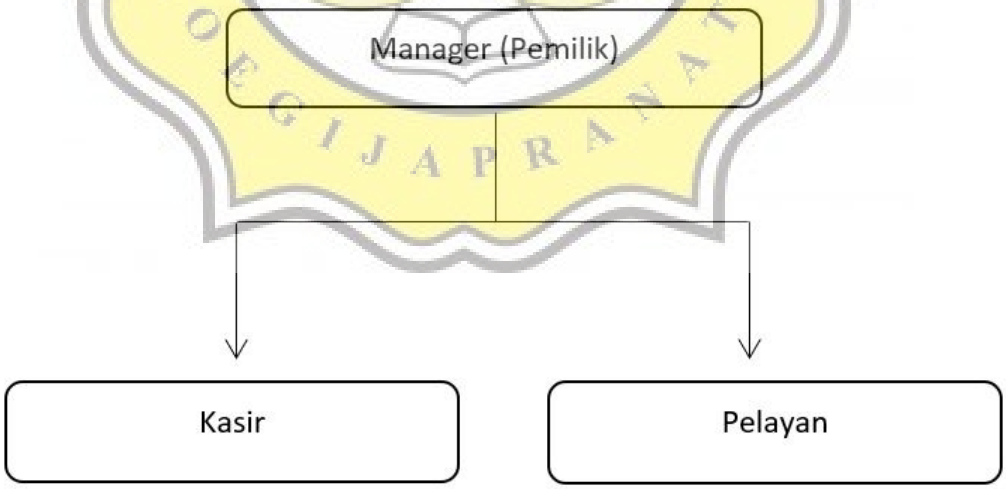
1. Fungsi manajerial

    1) Perencanaan Sumber Daya Manusia

Kebutuhan Tenaga Kerja : 3 orang

Dibutuhkan 2 orang tenaga kerja untuk menjalankan toko emping Ditoy dan seorang tenaga kerja untuk menjalankan gerai emping Ditoy.

Berikut adalah gambar struktur organisasi dari toko emping Ditoy:



Gambar 4.10 Struktur organisasi toko emping Ditoy

1. Job Description

Berikut ini adalah deskripsi pekerjaan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha emping Ditoy yang terdiri dari wewenang, tanggung jawab, dan tugas dari masing-masing jabatan:

1. Manajer

   Tugas:

   a. Memantau dan mengatur segala hal yang berkaitan dengan toko dan gerai emping Ditoy.

   Wewenang:

   a. Memiliki wewenang atas kinerja dan kelangsungan hidup toko maupun gerai emping Ditoy dimulai dari pemesanan emping hingga penerimaan laba hasil penjualan emping.

   Tanggung Jawab:

   a. Bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan toko maupun gerai emping Ditoy.

2. Kasir

   Tugas:

   a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran emping di toko dan gerai emping Ditoy.
   b. Melakukan pencatatan atas semua transaksi di toko dan gerai emping Ditoy.

c. Membuat pembukuan kas.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab atas transaksi penjualan di toko dan gerai emping Ditoy
b. Menyetorkan uang hasil transaksi penjualan kepada manajer toko dan gerai emping Ditoy
c. Memberikan laporan pembukuan kas kepada manajer toko dan gerai emping Ditoy.

3. Pelayan

Tugas:

a. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi tentang produk emping.
b. Melayani pelanggan.

Tanggung Jawab:

a. Menjalankan tugasnya dengan baik.

4. Job Specification

Berikut ini adalah spesifikasi pekerjaan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha toko emping Ditoy:

1) Kasir

a. Pria/Wanita pendidikan min. SMA

b. Cekatan dan teliti

c. Memahami pembukuan

d. Jujur

2) Pelayan

a. Pria/Wanita pendidikan min. SMA

b. Jujur

c. Ramah

d. Berpenampilan menarik

2. Pengorganisasian

Pembagian tugas sesuai dengan *job description* dan *job specification* agar dapat bekerja dengan optimal. Yang dimaksud dengan pembagian *job description* dan *job specification* adalah ketika pekerja yang memiliki *job description* sebagai kasir, maka seorang kasir tersebut harus memiliki *job specification* menghitung dengan baik, teliti, tanggung jawab tinggi. Sehingga pekerja tersebut dapat melakukan pekerjaannya dengan optimal, sedangkan pekerja sebagai pelayan juga sama, harus memiliki *job specification* dapat mengerti semua produk emping yang kita jual, sehingga pelanggan yang bingung akan produk dapat mengerti perbedaan produk masing-masing emping.

3. Pengarahan

Memberikan pengarahan kepada pekerja yang mengalami kesulitan. Contohnya, apabila seorang pekerja mengalami kesulitan pada saat bekerja sama dengan pekerja lain maka seorang manajer harus memberi petunjuk dan arahan kepada pekerja yang mengalami kesulitan, seperti membantu mengenalkan sesama pekerja sehingga tidak adanya kesulitan dalam bekerja sama.

4. Pengendalian

Manajer memantau kinerja pekerja. Manajer melakukan metode pengamatan terhadap bawahannya, misalnya mengawasi kehadiran pekerja, hasil pekerjaan mereka, dan lain-lain.

2. Fungsi operasional

1) *Recruitment*

Sistem rekrutmen yang digunakan di dalam usaha toko emping Ditoy adalah dengan melalui WOM atau kenalan dari Limpung sehingga lebih terpercaya.

2) Pengembangan

Pengembangan diberikan dengan *system coaching* sehingga pekerja dapat lebih berkembang menjalankan tugasnya.

3) Kompensasi

Kompensasi adalah tunjangan dan dibagi menjadi 2 pertama kompensasi finansial yang diberikan untuk karyawan berupa pembagian THR dan kompensasi non-finansial yaitu berupa tempat parkir untuk karyawan.

4) Pengintergrasian

Pengintergrasian diberikan dengan cara memberi motivasi terhadap pekerja sehingga dapat menciptakan suasana dan hubungan yang baik dengan pekerja.

5) Pemeliharaan

Pemeliharaan dilakukan dengan memberikan kesejahteraan pegawai dalam bentuk fasilitas dan waktu untuk ibadah.

4.3.4 Aspek Keuangan

Tabel 4.22 Perincian Pendapatan

Keterangan	Kilogram	Harga/kg	Total Harga
Emping	5400 kg	Rp. 70.000	Rp. 378.000.000
Jumlah			Rp. 378.000.000

Keterangan

Kilogram didapat dari jumlah estimasi penjualan per tahun dihitung dari rata-rata penjualan per kilogram pesaing.

Harga didapat dari jumlah penjualan emping tiap kilogram.

Kilogram x Harga = Total Harga

Tabel 4.23 Biaya Pemasaran Tahun Pertama

Alat promosi	**Rincian**	**Harga**
Papan Nama	Ukuran 200cm x 75cm	Rp.300.000
Spanduk	Harga permeter Rp.20.000 pemakaian 5meter	Rp. 100.000

Brosur	Ukuran A6, 500 lembar	Rp. 400.000
Kartu Nama	1 pack isi 100 x 3	Rp. 150.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 950.000

Sumber: Melalui survey dari Toko Berkat, Desa Limpung Januari 2020.

Tabel 4.24 Biaya Pemasaran Tahun Kedua

Alat promosi	**Rincian**	**Harga**
Spanduk	Harga permeter Rp.20.000 pemakaian 5meter	Rp. 150.000
Brosur	Ukuran A6, 500 lembar	Rp. 450.000
Kartu Nama	1 pack isi 100 x 3	Rp. 200.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 800.000

Sumber: Melalui survey dari Toko Berkat, Desa Limpung Januari 2020.

Asumsi: kenaikan untuk spanduk, brosur dan kartu nama adalah Rp 50.000 pertahun berdasarkan survey.

Tabel 4.25 Biaya Pemasaran Tahun Ketiga

Alat promosi	**Rincian**	**Harga**
Spanduk	Harga permeter Rp.20.000 pemakaian 5meter	Rp. 200.000
Brosur	Ukuran A6, 500 lembar	Rp. 500.000
Kartu Nama	1 pack isi 100 x 3	Rp. 250.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 950.000

Sumber: Melalui survey dari Toko Berkat, Desa Limpung Januari 2020.

Asumsi: kenaikan untuk spanduk, brosur dan kartu nama adalah Rp 50.000 pertahun berdasarkan survey.

Tabel 4.26 Biaya Pemasaran Tahun Keempat

Alat promosi	**Rincian**	**Harga**
Spanduk	Harga per meter Rp.20.000 pemakaian 5 meter	Rp. 250.000

Brosur	Ukuran A6, 500 lembar	Rp. 550.000
Kartu Nama	1 pack isi 100 x 3	Rp. 300.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 1.100.000

Sumber: Melalui survey dari Toko Berkat, Desa Limpung Januari 2020.

Asumsi: kenaikan untuk spanduk, brosur dan kartu nama adalah Rp 50.000 per tahun berdasarkan survey.

Tabel 4.27 Biaya Pemasaran Tahun Kelima

Alat promosi	**Rincian**	**Harga**
Spanduk	Harga per meter Rp.20.000 pemakaian 5 meter	Rp. 300.000
Brosur	Ukuran A6, 500 lembar	Rp. 600.000
Kartu Nama	1 pack isi 100 x 3	Rp. 350.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 1.250.000

Sumber: Melalui survey dari Toko Berkat, Desa Limpung Januari 2020.

Asumsi: kenaikan untuk spanduk, brosur dan kartu nama adalah Rp 50.000 per tahun berdasarkan survey.

Tabel 4.28 Biaya Penyusutan Dan Investasi

Keterangan	Harga	Unit	Total Harga	Umur Ekonomis	Depresiasi
Komputer	Rp. 5.000.000	1	Rp. 5.000.000	5 Tahun	Rp. 1.000.000
Handphone	Rp. 4.000.000	1	Rp. 4.000.000	5 Tahun	Rp. 800.000
Kipas angin	Rp.150.000	1	Rp. 150.000	5 Tahun	Rp. 30.000
Lampu	Rp. 50.000	6	Rp. 300.000	5 Tahun	Rp. 60.000
Mesin Kasir	Rp. 4,500.000	1	Rp. 4,500.000	5 Tahun	Rp. 900.000
Meja kursi	Rp.1.000.000	1	Rp. 1.000.000	5 Tahun	Rp. 200.000
Rak	Rp. 800.000	7	Rp. 5.600.000	5 Tahun	Rp. 1.120.000
Stopkontak	Rp.20.000	3	Rp. 60.000	5 Tahun	Rp. 12.000
AC	Rp.2.500.000	1	Rp. 2.500.000	5 Tahun	Rp. 500.000
Gerai	Rp. 1.500.000	1	Rp. 1.500.000	5 Tahun	Rp. 300.000
Peralatan Memasak (Wajan,Spa	Rp. 150.000	1 set	Rp. 150.000	5 Tahun	Rp. 30.000

tula,Saring an)					
Total			Rp. 24.760.000		Rp. 4.952.000

Sumber: Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

LAPORAN LABA/RUGI
EMPING MELINJO DITOY
TAHUN 2020-2025

Keterangan	**Tahun 2020**	**Tahun 2021**	**Tahun 2022**	**Tahun 2023**	**Tahun 2024**	**Tahun 2025**
Pendapatan		Rp. 378.000.000	Rp. 415.800.000	Rp. 457.380.000	Rp. 503.118.000	Rp. 553.429.800
HPP (BBB, BTKL, BOP)	Rp. 204.480.000	Rp. 204.480.000	Rp. 224.928.000	Rp. 247.420.800	Rp. 272.162.880	Rp. 299.379.168
Laba Kotor		**Rp. 173.520.000**	**Rp. 190.872.000**	**Rp. 209.959.200**	**Rp. 230.955.120**	**Rp. 254.050.632**
Biaya Operasional						
Biaya Pemasaran	Rp. 950.000	Rp. 950.000	Rp. 800.000	Rp. 950.000	Rp. 1.100.000	Rp. 1.250.000
Biaya Penyusutan		Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000
Biaya Gaji	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000
Total Biaya Operasional	**Rp. 5.450.000**	**Rp. 10.402.000**	**Rp. 10.252.000**	**Rp. 10.402.000**	**Rp. 10.552.000**	**Rp. 10.702.000**
EBT		Rp. 163.118.000	Rp. 180.620.000	Rp. 199.557.200	Rp. 220.403.120	Rp. 243.348.632

Pajak		Rp. 1.735.200	Rp. 1.908.720	Rp. 2.099.592	Rp. 2.309.551	Rp. 2.540.506
EAT		**Rp. 161.382.800**	**Rp. 178.711.280**	**Rp. 197.457.608**	**Rp. 218.093.569**	**Rp. 240.808.126**

Sumber: Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Asumsi: Pajak 1% flat

Pendapatan meningkat 10% pertahun

EBT *Earning Before Tax* = Laba Kotor - Total Biaya Operasional

EAT *Earning After Tax* = EBT – Pajak

Pendapatan = Tabel 4.22 halaman 113

Biaya Pemasaran= Tabel 4.23 sampai Tabel 4.27 halaman 114

HPP= Tabel 4.21 halaman 106

Biaya Penyusutan = Tabel 4.28 halaman 117

Biaya Gaji= Tabel 4.19 halaman 103

Pajak= 1% dari laba kotor

LAPORAN ARUS KAS
EMPING MELINJO DITOY
TAHUN 2020-2025

Keterangan	**Tahun 2020**	**Tahun 2021**	**Tahun 2022**	**Tahun 2023**	**Tahun 2024**	**Tahun 2025**
Kas Masuk						
Modal Sendiri	Rp. 230.190.000	-	-	-	-	-
Biaya Penjualan		Rp. 378.000.000	Rp. 415.800.000	Rp. 457.380.000	Rp. 503.118.000	Rp. 553.429.800
Biaya Penyusutan		Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000
Total Kas Masuk	**Rp. 230.190.000**	**Rp. 382.952.000**	**Rp. 420.752.000**	**Rp. 462.332.000**	**Rp. 508.070.000**	**Rp. 558.381.800**
Kas Keluar						
Investasi	Rp. 24.760.000	-	-	-	-	-
Biaya Pemasaran		Rp. 950.000	Rp. 800.000	Rp. 950.000	Rp. 1.100.000	Rp. 1.250.000
Biaya Penyusutan		Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000	Rp. 4.952.000
Biaya Gaji		Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000
HPP		Rp. 204.480.000	Rp. 224.928.000	Rp. 247.420.800	Rp. 272.162.880	Rp. 299.379.168

Total Kas Keluar	**Rp. 24.760.000**	**Rp. 214.882.000**	**Rp. 235.180.000**	**Rp. 257.822.800**	**Rp. 282.714.880**	**Rp. 310.081.168**
Selisih	Rp. 205.430.000	Rp. 168.070.000	Rp. 185.572.000	Rp. 204.509.200	Rp. 225.355.120	Rp. 248.300.632
Saldo Kas Awal		Rp. 205.430.000	Rp. 373.500.000	Rp. 559.072.000	Rp. 763.581.200	Rp. 988.936.320
Saldo Kas Akhir	Rp. 205.430.000	Rp. 373.500.000	Rp. 559.072.000	Rp. 763.581.200	Rp. 988.936.320	Rp.1.237.236.952

Sumber : Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Keterangan :

Modal = Investasi + HPP + Total biaya pemasaran tahun pertama

Modal = Rp. 24.760.000 + Rp. 204.480.000 + Rp. 950.000

Modal = Rp. 230.190.000

Selisih = Total kas masuk - total kas keluar

Saldo kas akhir = Selisih + Saldo kas awal

Biaya Penjualan = Tabel 4.22 halaman 113

Biaya Penyusutan = Tabel 4.28 halaman 117

HPP= Tabel 4.21 halaman 106

Biaya Gaji= Tabel 4.19 halaman 103

LAPORAN NERACA
EMPING MELINJO DITOY
TAHUN 2020-2025

Keterangan	**Tahun 2020**	**Tahun 2021**	**Tahun 2022**	**Tahun 2023**	**Tahun 2024**	**Tahun 2025**
Aktiva						
Kas	Rp. 205.430.000	Rp. 373.500.000	Rp. 559.072.000	Rp. 763.581.200	Rp. 988.936.320	Rp.1.237.236.952
Aktiva Tetap	Rp. 24.760.000	Rp. 24.760.000	Rp. 24.760.000	Rp. 24.760.000	Rp. 24.760.000	Rp. 24.760.000
Akumulasi Penyusutan		-Rp. 4.952.000	-Rp. 9.904.000	-Rp. 14.856.000	-Rp. 19.808.000	-Rp. 24.760.000
Total Aktiva	**Rp. 230.190.000**	**Rp. 393.308.000**	**Rp. 578.880.000**	**Rp. 783.389.200**	**Rp. 1.008.744.320**	**Rp. 1.257.044.952**
Passiva						

Modal	Rp. 230.190.000	Rp. 230.190.000	Rp. 393.308.000	Rp. 578.880.000	Rp. 783.389.200	Rp. 1.008.744.320
Laba Berjalan (EAT)		Rp. 161.382.800	Rp. 178.711.280	Rp. 197.457.608	Rp. 218.093.569	Rp. 240.808.126
Pajak		Rp. 1.735.200	Rp. 1.908.720	Rp. 2.099.592	Rp. 2.309.551	Rp. 2.540.506
Total Passiva	**Rp. 230.190.000**	**Rp. 393.308.000**	**Rp. 573.928.000**	**Rp. 778.437.200**	**Rp. 1.003.792.320**	**Rp. 1.252.092.952**

Sumber : Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Keterangan :

Kas = saldo kas akhir (ada pada hasil laporan arus kas)

Biaya Penyusutan = Tabel 4.28 (kenaikan pertahun 10%)

Aktiva Tetap = investasi tetap (ada pada hasil laporan arus kas)

EAT = hasil dari laporan laba rugi

Pajak = 1% dari laba kotor (hasil dari laporan laba rugi)

ANALISIS KELAYAKAN

NPV (*Net Present Value*)

Tabel 4.29 Net Present Value

Tahun	**EAT**	**Depresiasi**	**Cash inflow**	**Diskon Faktor (5.00%)**	**Present Value**
1	Rp. 161.382.800	Rp. 4.952.000	Rp. 166.334.800	0,952	Rp. 158.350.730
2	Rp. 178.711.280	Rp. 4.952.000	Rp. 183.663.280	0,907	Rp. 166.581.688

3	Rp. 197.457.608	Rp. 4.952.000	Rp. 202.409.608	0,864	Rp. 174.881.901
4	Rp. 218.093.569	Rp. 4.952.000	Rp. 223.045.569	0,823	Rp. 183.566.503
5	Rp. 240.808.126	Rp. 4.952.000	Rp. 245.760.126	0,784	Rp. 192.675.938
TOTAL PV					Rp. 876.056.760
***Initial Investment* / Modal Sendiri**					Rp. 230.190.000
Net *Present Value*					Rp. 645.866.760

Sumber: Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

EAT+Depresiasi = Cash inflow

Cash inflow x Diskon Faktor (www.bi.go.id) = Present Value

Total present Value - Initial Investment = Net Present Value

Initial investment = HPP + Investasi + Total biaya operasional

Keterangan : Usaha ini layak untuk didirikan karena NPV sebesar Rp. 645.866.760>Rp. 0 karena nilai pendapatan bersih yang akan diterima di masa yang akan datang, lebih besar dari investasi yang dikeluarkan saat ini. Usaha ini cukup baik sehingga layak untuk diteruskan, karena nilai NPV positif seperti hasil di atas.

NPV sebesar nol menunjukkan bahwa arus kas proyek tepat cukup untuk membayar kembali modal yang diinvestasikan dan menyediakan tingkat keuntungan yang disyaratkan pada modal.

Diskon Faktor didapat dari www.bi.go.id dan melihat tabel PVIF *Present Value Interest Factor*

PI (*Profibility Index*)

PI>1 layak

Tabel 4.30 *Profitability Index*

Total PV	Rp. 876.056.760
Initial Investment	Rp. 230.190.000
Profitability Index	**3.8**

Sumber : Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Keterangan :

Total PV / *Initial Investment = Profitability Index*

Rp. 876.056.760/ Rp. 230.190.000= 3.8 > 1 maka layak

PP (*Payback Period*)

Semakin pendek *payback* – layak

Initial Investment	Rp. 230.190.000
Cash inflow tahun ke 1	Rp. 166.334.800 -
Belum tertutup	Rp. 63.855.200
Cash inflow tahun ke 2	Rp. 183.663.280 -
Sudah tertutup	
Payback Period	2 tahun

Usaha ini layak karena memiliki waktu pengembalian untuk investasi yang lebih kecil daripada 5 tahun.

Keuntungan menggunakan metode ini adalah mudah dihitung,dimengerti,memberikan informasi mengenai risiko dan likuiditas proyek. Proyek yang *Payback Period*nya pendek memiliki risiko lebih kecil dan likuiditas yang lebih baik.

IRR (*Internal Rate of Return*)

Tabel 4.31 *Internal Rate Of Return*

TAHUN	***Cash inflow***	***Discount factor*** **5%**	***Present value***	***Discount factor*** **3%**	***Present value***
1	Rp. 166.334.800	0.952	Rp. 158,414,095	0.971	Rp. 161,490,097
2	Rp. 183.663.280	0.907	Rp. 166,588,009	0.943	Rp. 173,120,256
3	Rp. 202.409.608	0.864	Rp. 174,849,030	0.915	Rp. 185,233,465
4	Rp. 223.045.569	0.823	Rp. 183,500,142	0.888	Rp. 198,173,099
5	Rp. 245.760.126	0.784	Rp. 192,559,489	0.863	Rp. 211,994,844
Total			Rp. 875,910,765		Rp. 930,011,761
Modal sendiri			Rp. 230,190,000		Rp. 230,190,000

NPV	**Rp. 645,720,765**		**Rp. 699,821,761**

Sumber : Pengolahan data primer yang diproses Januari 2020

Keterangan :

Cash inflow = didapat dari penghitungan NPV (EAT x Depresiasi)

Diskon faktor = melihat bank indonesia rate pada tahun 2020 bulan januari (www.bi.go.id) untuk tahun ke 1 hingga ke 5 melihat tabel PVIF *Present Value Interest Factor* untuk 5% dan 3%

NPV=Rp. 699,821,761- Rp. 645,720,765 = Rp. 54,100,996

IRR = 3% + (Rp. 645,720,765 / Rp. 54,100,996) x 2%

IRR = 27%

IRR dinyatakan layak karena pengembalian *internal* perusahaan sebesar 27%.