



PERENCANAAN BISNIS PENDIRIAN

USAHA TENDA PASTA DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Sofian baharrizki

Agus Salim, SE.,MBA.,MM.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jl. Yos Sudarso Kav. 87 Sunter - Jakarta 14350

RINGKASAN EKSEKUTIF

Usaha yang akan dijalankan adalah usaha yang bergerak di bidang suplemen olahraga yang bernama Ironmaxx Indonesia. Lokasi unit usaha ini terletak di Lt.1 Lottemart Kelapa Gading, yang beralamat di Jl boulevard Barat Raya Kelapa Gading , Jakarta Utara. Usaha Ironmaxx Indonesia ini akan dibentuk sebagai usaha perseorangan. Ironmaxx Indonesia akan mulai beroperasi pada awal Januari 2015.

Pendirian unit usaha ini sengaja dibuka di Lottemart kelapa gading karena wilayah ini dinilai strategis. Disekitar wilayah usaha ini banyak berdiri tempat tempat olahraga berskala besar seperti Goldgym Moi, fit n chic MAG, Celebrity Fitness Lapiazza, Atlantic Fitness Sportmall serta Best fitness di lottemart itu sendiri. Sasaran utama Ironmaxx Indonesia adalah semua orang yang aktif berolahraga terutama didaerah Kelapa Gading dan sekitarnya. Ironmaxx Indonesia ingin menjangkau target pasar keseluruhan area jabodetabek.

Mengingat begitu ketatnya persaingan pada unit usaha ini, Ironmaxx Indonesia sangat mengutamakan kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen yang diberikan ironmaxx Indonesia melalui kualitas produk yang baik, proses pelayanan yang cepat, kemudahan dalam proses pembelian, program promosi yang menarik, dan harga produk yang kompetitif.

Ironmaxx Indonesia adalah sebuah usaha bisnis toko retail yang bergerak di bidang suplemen olahraga yang menjual berbagai jenis suplemen olahraga seperti susu protein, suplemen pembakar lemak, amino capsule, mulvitamin dan calcium.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Segmentasi demografis Ironmaxx Indonesia lebih berfokus kepada konsumen dari usia 17 tahun s/d 55 tahun baik pria maupun wanita dengan pendapatan Rp.6000.000 keatas perbulannya dengan kelas sosial menengah atas .

Modal yang diperlukan untuk mendirikan bisnis ini adalah sebesar Rp 389.875.000,- dengan rincian digunakan untuk menyewa tempat , Rp 78.000.000,- untuk perawatan toko tempat usaha, Rp 10.000.000,- untuk rekrutmen, Rp 1.000.000,- untuk stock barang, Rp 220.000.000,- untuk membeli peralatan, Rp 21.600.000,- dan Rp 50.000.000,- untuk persediaan kas.

EXECUTIVE SUMMARY

The effort will be run is a business engaged in the field of sports supplements that are named Ironmaxx Indonesia. Tourism business unit is located in the 1st Floor husband Lottemart Kelapa Gading which is located at Jl Boulevard Barat Raya Kelapa Gading, North Jakarta. Indonesia Ironmaxx venture will be established AS husband individual effort. Ironmaxx Indonesia will beroprasi ON Start Early January 2015.

The establishment of this business unit accidentally Opened in Kelapa Gading Lottemart BECAUSE wilayah husband considered strategic. Around wilayah husband Many businesses Sports Venue Standing place big scale Goldgym are like Moi, suitable n MAG chic, Celebrity Fitness Lapiazza, Atlantic Centre Sportmall well as fitness Best in ITU LotteMart Alone. Main target Ironmaxx Indonesia is ALL orangutan The active exercise particularly Kelapa Gading and surrounding areas. Ironmaxx Indonesia Want to reach target markets throughout Jabodetabek area.

Given the intense competition BeGiTu ON Labels business unit, Ironmaxx Indonesia Very prioritize consumer satisfaction. Consumer satisfaction The given ironmaxx Indonesia through better product quality, process Fast Service, ease of hearts Purchasing Process, Program promotion Interestingly, Dan Products competitive price.

Ironmaxx Indonesia Is A BUSINESS venture retail stores Engaged in the Field of Sport supplement which sells various types of protein supplements such as milk Sports, fat-burning supplements, amino capsules, mulvitamin and calcium.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Indonesia Ironmaxx demographic segmentation focuses MORE CONSUMERS To 17 Years Of Age s and 55 Years Both men and women Rp.6000.000 up monthly revenues WITH THE social class SMA.

The required capital Business set up to review the husband is Rp 389 875 000, - WITH PAID used to review rent a place, Rp 78 million, - to review Care stores place of business, Rp 10,000,000, - recruitment for review, Rp 1,000. 000, - for a review of stock items, Rp 220 million, - to review Equipment Buying, Rp 21.6 million, - and Rp 50,000,000, - Provision for review of cash.

PENDAHULUAN

Nama dan Alamat Perusahaan

Nama Perusahaan : Ironmaxx Indonesia
 Bidang Usaha : Toko suplemen olahraga
 Jenis Produk : susu protein, amino, fatburner, multivitamin
 Alamat Perusahaan : Lottemart kelapa gading, lt.1
 Website : www.ironmaxx.co.id
 Telepon : (021) 8477239
 Bentuk Badan Hukum : Perorangan

Biodata Pemilik

Nama : Sofian
 Jabatan : Pemilik
 Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta, 31 agustus 1992
 Alamat : Perum eastpoint caman blok M.10, bekasi
 Email : sofian.baharrizki@yahoo.com
 Pendidikan Terakhir : Semester 10-Program S1 (Sarjana Ekonomi)
 Jurusan Manajemen Kewirausahaan

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bidang Usaha

Ironmaxx Indonesia adalah sebuah usaha bisnis yang bergerak dibidang toko retail suplemen olahraga yang menyediakan berbagai suplemen olahraga buatan Jerman seperti amino capsule, protein bubuk, multivitamin, calcium capsule dan pembakar lemak. Produk ironmaxx telah lolos uji coba standart suplemen secara internasional seperti (iso 9001:2000 ,golden preise 2011) sehingga aman dan konsumsi oleh semua orang. Toko ini ditujukan untuk para penggemar olahraga sehingga memudahkan mereka membeli suplemen yang mereka butuhkan tanpa harus order online dengan harga yang jauh lebih terjangkau dibanding dengan merk kompetitor lain seperti GNC, Nutrilite, dan Herbalife. Toko Kami memiliki layanan pesan antar ke area disekitar kelapa gading, sunter, dan rawamangun sehingga memudahkan konsumen memesan barang tanpa harus ketoko. Toko kami dibekali pelayan toko yang memiliki pengetahuan produk yang tinggi sehingga tidak salah dalam menjelaskan produk kepada calon konsumen.

D. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana yang dibutuhkan suatu usaha akan berbeda sesuai dengan skala jenis usaha yang dijalankan. Pada pembukaan usaha, Ironmaxx Indonesia membutuhkan dana sekitar 350.000.000, dana ini berasal dari modal pribadi. Pengalokasian dana dialokasikan pada penyewaan kios, gaji karyawan, pembelian perlengkapan, dan pembelian barang dari pabrik Ironmaxx di Jerman.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Analisis Industri

A. **Gambaran Masa Depan**

Dalam analisis industri, gambaran masa depan dapat mempengaruhi secara tidak langsung dalam membangun bisnis yang baru. Gambaran masa depan harus diketahui terlebih dahulu agar dapat mengetahui bagaimana prospek bisnis tersebut dan bagaimana cara untuk menghadapi tantangan di masa yang akan datang. Adanya gambaran masa depan, ironmaxx indonesia akan memperhatikan kecenderungan yang paling mempengaruhi bisnis ini. Tentu saja diperlukan pula ide kreatif dan inovatif dari seorang *entrepreneur*

Didalam sebuah bisnis, diperlukan suatu perencanaan bisnis dan gambaran masa depan yang jelas dan terperinci mengenai bisnis yang akan didirikan dan dikembangkan. Hal ini dilakukan agar para calon investor dapat mengetahui bagaimana bisnis tersebut dijalankan, cakupan bisnisnya serta bagaimana prospek bisnis tersebut kedepannya

Konsep produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:33) menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkinerja, atau berinovatif. Konsep bisnis toko suplemen olahraga Ironmaxx merupakan konsep toko suplemen yang mengutamakan kualitas produk dengan harga yang terjangkau, karena kita ingin mengubah pemikiran bahwa suplemen kesehatan buatan luar negeri itu mahal-mahal seperti yang selalu dijual di apotik apotik besar seperti century atau guardian.

Pengertian visi menurut David (2010:16) “Menunjukkan cakupan operasi perusahaan dalam hal produk dan jasa”. Sementara pengertian misi menurut David (2013:84) adalah sebuah deklarasi tentang “alasan keberadaan” suatu organisasi, pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, “apakah bisnis kita?”. Pernyataan misi jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Analisis Pesaing

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	KEKUATAN	KELEMAHAN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang memiliki produk knowledge yang baik. 2. Harga suplemen yang lebih terjangkau dibanding pesaing 3. Memiliki layanan delivery order untuk area kelapa gading dan sekitarnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan merk baru di industri suplemen olahraga yang ada di Indonesia
PELUANG	STRATEGI S1O1	STRATEGI W1O2
<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya orang yang menyadari pentingnya kesehatan sehingga minat untuk aktif berolahraga meningkat. 2. Semakin banyaknya pusat pusat olahraga di kelapa gading (taman jogging, fitness center, MMA center). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat promosi yang lebih inovatif karena harga produk ironmaxx yang lebih kompetitif dibanding pesaing 2. Memperbanyak sales representatif untuk promosi di area pusat kebugaraan dan olahraga kelapa gading, guna memperkenalkan produk kita 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan promo <i>soft opening</i> diskon dan free sample bagi setiap pembeli untuk memperkenalkan produk ironmaxx ke konsumen. 2. Melakukan kerjasama dengan gym gym besar diarea kelapa gading untuk mendisplay produk di resepsionis mereka.
ANCAMAN	STRATEGI S2T2	STRATEGI W1T1
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menjual barang sejenis secara online dengan harga yang lebih terjangkau 2. Mudahnya bisnis ini dimasuki oleh pendatang baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat image bahwa produk kita berbeda dengan produk pesaing yang menjual produk buatan US dan kita produk eropa yang kualitasnya sudah pasti di atas produk US 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun Brand Image yang kuat sebagai suplemen olahraga asal jerman dengan kualitas produk yang diatas para pesaing 2. Bekerja sama dengan sales sales senior untuk mempromosikan produk ironmaxx.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Competitive Profil Matrix

		Ironmaxx Indonesia		Fitlife (MOI)		Sportisi (lapiazza)	
Critical Success Factor	Weight	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
Kualitas produk	0.25	4	1	3	0.75	3	0,75
Penetapan harga	0.25	4	1	3	0.75	3	0.75
Pelayanan	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Varian produk	0.2	2	0.4	3	0.6	4	0.8
Lokasi	0.1	3	0,3	4	0.4	4	0.4
Total	1		3.5		3.7		3.3

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), “Segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasi dan membagi pasar dalam kelompok yang berbeda.”

Terdapat beberapa dasar segmentasi utama yang sering digunakan untuk menentukan segmentasi pasar, yakni segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

1. Segmentasi Geografis

Strategi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi dan kota. Perusahaan dapat beroperasi diseluruh wilayah namun tetap memberikan perhatian pada variabel lokalnya saja.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan segmentasi geografisnya, Ironmaxx Indonesia mempunyai target pasar yaitu masyarakat yang tinggal di Propinsi DKI Jakarta dan terutama pada wilayah Kelapa Gading dan sekitarnya.

2. Segmentasi Demografis

Pada segmentasi demografis pasar dibagi berdasarkan variabel-variabel demografis yaitu usia, jenis kelamin, pendapatan, generasi dan kelas sosial. Berdasarkan segmentasi demografis, Ironmaxx Indonesia lebih memfokuskan pada konsumen dari usia 17 tahun s/d 55 tahun baik pria maupun wanita dengan pendapatan Rp.6.000.000 keatas perbulannya, dengan kelas sosial menengah keatas.

3. Segmentasi Psikografis

Variabel-variabel yang menjadi dasar pengelompokan didalam segmentasi psikografis adalah gaya hidup, kepribadian dan nilai. Pelanggan yang dituju oleh Ironmaxx indonesia adalah konsumen yang memiliki gaya hidup sehat dan memiliki tujuan untuk memiliki tubuh yang sehat dan atletis.

4. Segmentasi Perilaku

Dari segi perilaku, pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Ironmaxx Indonesia memfokuskan target pasarnya pada pelanggan yang menyukai produk produk buatan eropa dan produk yang memiliki kualitas yang baik bukan hanya murah tetapi juga harus berkualitas.

Time Table Deskripsi Operasional

KETERANGAN	Jan-16				Feb-16				Mar-16				Apr-16			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Menyewa tempat usaha																
Pembuatan Media sosial																
Pendaftaran NPWP																
Pembuatan SIUP																
Mendaftarkan perusahaan																
Merekrut SDM																
merenovasi tempat usaha																
Instalasi internet																
Pembukaan toko																

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teknologi

Teknologi adalah sarana utama yang sangat mendukung bagi Ironmaxx Indonesia terutama dalam proses operasional dan advertising merk Ironmaxx sendiri, Adanya teknologi dalam Ironmaxx indonesia membuat segala proses operasional menjadi lebih mudah. Peralatan yang digunakan oleh ironmaxx indonesia adalah sebagai berikut:

1. Software accounting untuk mempermudah dalam menginput data, mengecek stok, membuat faktur penjualan, membuat faktur pembelian,
2. Komputer yang berfungsi untuk *update* informasi, mengecek email, internet *banking*, dan sebagainya.
3. Telepon untuk berkomunikasi dan mempermudah hubungan dengan supplier dan pelanggan, serta untuk fasilitas delivery daerah Kelapa Gading dan sekitarnya..
4. Jaringan internet yang bebas koneksi digunakan untuk update promosi secara online melalui website resmi ironmaxx indonesia dan membuka promosi penjualan di beberapa website seperti tokopedia, kaskus, qoo10, blibli, bukapalac dll.
5. Juice dispenser digunakan untuk membuat susu protein cepat saji agar sebelum membeli susu protein di Ironmaxx Indonesia mereka dapat merasakan rasa susu tersebut dengan membeli susu yang sudah jadi di dispenser ironmaxx.

PERENCANAAN PEMASARAN

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), “Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.”

Penentuan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas dapat dipakai sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran, yaitu apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, lalu telah disusun berdasarkan potensi sumber daya alam yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A. Produk

Produk yang ditawarkan ironmaxx indonesia adalah produk yang memiliki kualitas baik karena merupakan suplemen makanan buatan eropa yang memiliki standart produksi makanan terbaik didunia, dibanding merk merk suplemen makanan lainnya yang banyak dibuat di amerika.

B. Harga

Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan, sehingga penentuan harga adalah salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun. Namun jika harga terlalu renda juga akan mengurangi keuntungan yang didapat perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:83-86), beberapa pendekatan umum yang dapat digunakan dalam penetapan harga, yaitu:

1. Penetapan Harga berdasarkan Biaya

Membandingkan penetapan harga berdasarkan nilai dengan penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan biaya digerakan oleh produk. Perusahaan mendesain sesuatu yang dianggap merupakan produk yang bagus, suatu harga yang dapat menutupi biaya dan ditambahkan dengan target laba target laba. Penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Menambahkan laba standar ke biaya produk. Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan laba, berikut merupakan rumus untuk menetapkan harga

$$Biaya = Biaya Variabel + \frac{Biaya}{Penjualan Unit}$$

Penetapan harga berdasarkan *mark-up* berhasil hanya jika harga tersebut aktual menghasilkan tingkat penjualan seperti yang diharapkan. Akan tetapi penetapan harga yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berdasarkan *mark-up* selalu dipilih karena beberapa alasan. Pertama, dengan mengikat harga pada biaya, penjual dapat menyederhanakan penetapan harga. Penjual tidak perlu sering melakukan penyesuaian ketika harga berubah. Kedua, ketika semua perusahaan dalam suatu industri menggunakan metode penentuan harga yang sama, harga cenderung sama. Sehingga persaingan harga menjadi minimal. Ketiga, banyak orang merasa penetapan harga ini lebih adil bagi pembeli maupun penjual.

Pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada biaya juga dapat dilakukan dengan penetapan harga pada titik impas. Penetapan harga titik impas adalah menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam penetapan harga titik impas:

$$\text{Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Total Biaya Variabel})}$$

$$\text{Titik Impas (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{(\text{Margin Kontribusi})}$$

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel})}{\text{Total Penjualan}}$$

Penetapan Harga berdasarkan

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan harus menetapkan harga target berdasarkan pada persepsi pelanggan atas nilai produk. Tipe penting dari penetapan harga dengan nilai yang baik pada tingkatan eceran adalah penetapan harga rendah setiap hari.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Penetapan Harga berdasarkan

2.

Persaingan

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Berdasarkan penjelasan di atas Ironmaxx Indonesia menggunakan penetapan harga berdasarkan mark-up dari harga dasar barang yang dihitung setelah menjumlah harga pokok barang, biaya ekspedisi dari Jerman-Indonesia dan biaya biaya operasional lainnya

B. Distribusi

Menurut Kotler dan Keller (2012:416), sistem saluran pemasaran adalah sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih

Ironmaxx Indonesia mendistribusikan produk yang dijualnya secara langsung di toko Ironmaxx Indonesia yang berlokasi di Lottemart Kelapa Gading. Tidak ada saluran distribusi khusus atau pemasaran secara tidak langsung yang dilakukan karena bentuk usahanya adalah toko dengan distribusi retail langsung ke konsumen akhir.

Jenis-jenis saluran distribusi Ironmaxx Indonesia

C. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian terpenting dalam kegiatan operasional, promosi juga digunakan sebagai alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya





adalah lebih mengandalkan komunikasi yang sifatnya membujuk. Promosi yang dipilih oleh Ironmaxx Indonesia meliputi:

1. Dari mulut ke mulut

Penyampaian informasi maupun cara promosi dari mulut ke mulut ini merupakan salah satu tindakan promosi yang sangat efisien karena hampir tidak perlu menggunakan biaya apapun. Penyampaian ini biasanya ditunjukkan kepada rekan / teman konsumen penulis serta meminta rekan dan teman penulis untuk menyampai kan informasi produk maupun tempat dari Ironmaxx Indonesia kepada rekan lainnya dan diharapkan promosi tersebut akan berjalan dengan sendirinya.

2. Internet Advertising

Melalui media internet www.ironmaxxindonesia.com, Ironmaxx Indonesia bisa berinteraksi dengan para konsumen di seluruh wilayah Indonesia melalui media online, konsumen dari berbagai daerah khususnya daerah jakarta dapat mengetahui berbagai informasi produk Ironmaxx Indonesia beserta harga dari produk tersebut. Selain itu Ironmaxx Indonesia juga mempunyai *fanspage facebook* dan akun *twitter* untuk berinteraksi langsung dengan konsumen atau calon konsumen Ironmaxx Indonesia, dimana diketahui bahwa belakangan ini promosi melalui media sosial seperti *facebook* dan *twitter* adalah hal yang cukup jitu, selain itu Ironmaxx Indonesia juga mempunyai akun *instagram* dimana media sosial *instagram* yang mempunyai fitur-fitur *posting* foto digunakan oleh Ironmaxx Indonesia untuk memposting foto produk Ironmaxx dalam hal untuk menarik konsumen atau calon konsumen dari Ironmaxx itu sendiri khususnya daerah Jakarta.

3. Display Toko Retail

Memajang produk di toko retail ironmaxx agar calon pembeli dapat melihat secara fisik barang yang dijual ironmaxx sehingga mereka lebih percaya untuk membeli produk tersebut.

D. Ramalan Produk



Sekarang ini kesadaran pola hidup sehat semakin membaik ditengah kesibukan para penduduk kota Jakarta akan pekerjaan dan aktifitas sehari-hari mereka, mereka mulai meluangkan waktu untuk olahraga baik didalam ruangan ataupun diluar ruangan. Terbukti dengan meningkatnya pembukaan pusat kebugaran dimall mall didaerah jakarta juga olahraga unik lainnya seperti Bodytech, 20fit, dll.

Dengan strategi penetapan harga yang terjangkau dan kompetitif dari pesaing-pesaingnya dan lokasi toko Ironmaxx yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen yaitu di lottemat kelapa gading, maka penulis meramalkan Ironmaxx Indonesia akan cukup ramai dikunjungi oleh konsumen.

E. Pengendalian

Ironmaxx Indonesia adalah perusahaan perorangan oleh sebab itu, untuk mengawasi dan mengendalikan kegiatan operasional Ironmaxx Indonesia maka pemilik akan melakukan berbagai cara antara lain:

1. Sistem informasi

Dengan sistem informasi, pemilik dapat memonitor stock opname dan omset penjualan dengan mudah dan efisien. Pengendalian stok dilakukan dengan menggunakan software komputer sehingga mencegah terjadinya kekosongan stock yang akan mengakibatkan pelanggan kecewa.

2. Evaluasi karyawan

Evaluasi karyawan atau pengamatan dilakukan untuk menjaga kinerja karyawan guna tetap produktif selama tiga bulan sekali. Memberikan pengarahan kepada karyawan apabila ada produk baru, juga pelayanan yang cepat akan memberikan dampak positif kepada konsumen sehingga konsumen akan kembali lagi.

3. Selalu Update dengan harga dan promosi

Karena produk ironmaxx merupakan produk import yang harga modalnya berdasarkan nilai tukar rupiah dengan euro maka tentunya perubahan harga bisa saja terjadi walau tidak terlalu signifikan. Maka sales kami akan mengirimkan email kedatabase konsumen update harga ironmaxx setiap bulannya begitu pula promo bulanan dari



ironmaxx. Hal ini tentunya akan membuat konsumen lebih tertarik untuk repeat order dengan adanya promo bulanan dari ironmaxx.

4. Kotak saran

Ironmaxx menyediakan kotak saran yang menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, harga, tempat dan produk dari Ironmaxx yang terdiri dari beberapa kriteria very good, good, moderate, bad, very bad. Dalam kertas yang disediakan terdapat juga kolom kritik dan saran untuk memperbaiki kinerja dari Ironmaxx Indonesia serta mengetahui produk mana yang menjadi favorit dan kurang menjadi favorit dari Ironmaxx Indonesia.

PENILAIAN RISIKO

A. Evaluasi Kelemahan dari Bisnis

Setiap bisnis pasti memiliki kelemahan masing-masing. Kelemahan dari bisnis tersebut harus dievaluasi agar kelemahan tersebut dapat diminimalisasi oleh perusahaan. Kelemahan dari bisnis ini adalah sebagai berikut :

1. Merupakan merk pendatang baru di Indonesia

Ironmaxx merupakan merk suplemen olahraga yang baru di Indonesia tentunya perlu pemasaran ekstra untuk produk ini untuk memperkenalkan produk Ironmaxx kepada masyarakat di Indonesia khususnya Jakarta.

2. Harga jual barang yang mengalami kenaikan setiap tahun

Harga jual barang ironmaxx tidak dapat dipungkiri memiliki kemungkinan mengalami kenaikan setiap tahunnya akibat tingkat inflasi di Indonesia dan nilai tukar rupiah terhadap euro, yaitu mata uang untuk membeli barang ironmaxx dari pabriknya di Jerman. Juga ada faktor-faktor lainnya seperti kenaikan harga BBM dan sewa tempat yang sudah dipastikan akan naik setiap tahun sesuai dengan perjanjian dengan pihak manajemen Lottemart.

3. Munculnya kompetitor-kompetitor baru

Semakin mudahnya melakukan import barang dari luar negeri akibat perdagangan global membuat banyak importir mencoba membuka toko-toko sejenis yang menjual produk sejenis dengan ironmaxx Indonesia dengan merek yang berbeda dan bisa saja memiliki harga yang



lebih kompetitif dengan memotong profit mereka karena mereka merupakan pemain baru dalam bisnis ini dan membutuhkan eksistensi dibidang ini dengan cara menjual suplemen olahraga sejenis dengan harga yang murah.

4. Birokrasi import barang di wilayah Indonesia masih sulit

Karena susahnya izin import resmi maka membuat banyak importir memilih jasa forwarder untuk memasukan barang import nya dan harus sering kali transit disingapore sehingga membuat estimasi perjalanan barang dari negara asal ke Indonesia semakin memerlukan waktu yang panjang/ tambahan hari kerja.

6. Merupakan Produk eksklusive

Perse diketahui segmen pasar ironmaxx indonesia adalah untuk kalangan menengah keatas karena dilihat dari segi harga jual merek ini bukanlah barang yang murah untuk kebanyakan orang terutama para pelajar.

B. Rencana Alternatif

Setelah mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis yang dimiliki, maka Ironmaxx Indonesia juga harus mampu mempersiapkan suatu perencanaan yang matang dalam menghadapi kelemahan-kelemahan tersebut. Rencana alternatif yang akan dilakukan oleh Ironmaxx Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Melakukan kontrak tempat jangka panjang

Mengingat strategisnya lokasi toko ironmaxx indonesia yaitu di lottemart kelapa gading yang berada ditengah-tengah kelapa gading maka akan sangat merugikan apabila kita harus pindah tempat dimasa akhir kontrak karena akan memakan biaya dekorasi ulang lagi dan akan kehilangan beberapa pelanggan yang sudah terbiasa ke toko ironmaxx di Lottemart kelapa gading. Maka Ironmaxx Indonesia perlu melakukan kontrak sewa tempat dalam jangka panjang dengan pihak manajemen lottemart kelapa gading misalnya kontrak 10 tahun sewa tempat.

2. Melakukan Promo bulanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Membuat promosi bulanan untuk produk-produk ironmaxx setiap bulannya untuk mendorong penjualan dan omset ironmaxx indonesia agar tetap tinggi. Membuat member card untuk konsumen sehingga memudahkan manajer dan sales melakukan promosi ke email atau nomor handphone konsumen yang terdapat didalam database member card.

3. Menaga harga agar tetap stabil

Sudah dipastikan harga penjual produk ironmaxx akan naik dari tahun ketahun tetapi pihak manajemen akan berusaha untuk menaikkan harga secara bertahap agar konsumen tidak kaget dan terbiasa dengan kenaikan harga yang langsung tinggi.

4. Melakukan branding

Memeriknya peluang bisnis dibidang penjualan suplemen serta kemudahan import barang dari luar negeri di era perdagangan global/ pasar bebas membuat munculnya kompetitor kompetitor baru akan tetapi ironmaxx akan melakukan branding dengan membuka stand dan menjadi sponsor saat acara-acara body kontes dan acara kesehatan lainnya sehingga nama produk ironmaxx selalu diingat oleh masyarakat luas terutama dikalangan olahragawan.

5. Melakukan stok opname setiap minggu

Mengingat lamanya perjalanan barang dari ironmaxx jerman-indonesia maka perlu dilakukan stok opname yang sering untuk membantu melakukan order ke pihak pabrik di jerman disaat stok di toko dan gudang sudah mulai menipis sehingga menghindari terjadinya kekosongan barang.

6. Memakai software akuntansi di komputer

Menggunakan software akuntansi dan mengajarkan kasir untuk mengoperasikannya sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan penghitungan uang dari hasil penjualan



PERENCANAAN KEUANGAN

Perencanaan keuangan sangat dibutuhkan dalam mendirikan suatu usaha. Salah satu fungsi membuat perencanaan keuangan adalah sebagai pertimbangan pengambilan keputusan terutama dalam masalah keuangan.

Ironmaxx Indonesia akan membuat perencanaan keuangan yang meliputi :

1. *Proforma income statement*
2. *Proforma cash flow*
3. *Proforma balance sheet*

Selanjutnya dituliskan analisis investasi dengan metode :

1. *Net Present Value (NPV)*
2. *Profitability Index (PI)*
3. *Payback Period (PP)*
4. *Interval Rate of Return (IRR)*

A. Biaya Investasi

Untuk memulai suatu usaha pasti dibutuhkan biaya investasi agar dapat menjalankan suatu usaha tersebut. Besarnya perkiraan investasi yang dibutuhkan oleh Ironmaxx Indonesia dan sumber dana investasi dapat dilihat pada tabel 8.1

Tabel 8.1
Perkiraan Biaya Investasi Ironmaxx Indonesia

Keterangan	Jumlah (rupiah)
KAS	50.000.000
Sewa dibayar dimuka	78.000.000
Peralatan toko	21.600.000
Perlengkapan toko	475.000
Biaya Pendirian Usaha	8.800.000



Stock Inventori/barang	220.000.000
Biaya Rekrutmen	1.000.000
Biaya Renovasi	10.000.000
Total	389.875.000

Sumber: Lampiran 5, Lampiran 8

B. Proyeksi Penjualan

1. Proyeksi Penjualan Tahun 2016

Sebelum melakukan proyeksi untuk 5 tahun pertama, penulis mencoba untuk membuat proyeksi untuk tahun 2016. Diasumsikan terjadi kenaikan penjualan 10 % setiap bulannya. Dan terjadi penurunan di bulan desember sebesar 20% karena liburan natal dan tahun baru sehingga konsumen cenderung tidak membeli produk ironmaxx saat liburan .

Tabel 8.2
Proyeksi Penjualan 2015
(Dalam Rupiah)

Bulan	2016
Januari	78.050.000
Februari	85.855.000
Maret	94.440.500
April	103.884.550
Mei	114.273.005
Juni	125.700.306
Juli	138.270.336
Agustus	152.097370
September	167.307.107
Oktober	184.037.817
November	202.441.599
Desember	161.953.279,2
Total	1.608.310.868,2

Sumber : Lampiran 3

2. Proyeksi Penjualan Tahun 2016-2020 Ironmaxx Indonesia mencoba melakukan forecast selama 5 tahun pertama

Penjualan Tahun 2016-2020 Ironmaxx Indonesia mencoba melakukan forecast selama 5 tahun (2016-2020).

Diasumsikan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun sebesar 10%. Proyeksi penjualan dari tahun ke tahun diasumsikan pada kondisi normal. Sehingga peningkatan penjualan hanya disebabkan inflasi. Proyeksi penjualan 2016-2020 dapat dilihat pada tabel 8.3

Tabel 8.3
Proyeksi Penjualan 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Bulan	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	78.050.000	85.855.000	94.440.500	103.884.550	114.273.005
Februari	85.855.000	94.440.500	103.884.550	114.273.005	125.700.306
Maret	94.440.500	103.884.550	114.273.005	125.700.306	138.270.336
April	103.884.550	114.273.005	125.700.306	138.270.336	152.097370
Mei	114.273.005	125.700.306	138.270.336	152.097370	167.307.107
Juni	125.700.306	138.270.336	152.097370	167.307.107	184.037.817

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Juli	138.270.336	152.097370	167.307.107	184.037.817	202.441.599
Agustus	152.097370	167.307.107	184.037.817	202.441.599	222.652.758,9
September	167.307.107	184.037.817	202.441.599	222.652.758,9	244.918.034,8
Oktober	184.037.817	202.441.599	222.652.758,9	244.918.034,8	269.409.838,3
November	202.441.599	222.652.758,9	244.918.034,8	269.409.838,3	296.350.822,1
Desember	161.953.279,2	178.148.607	195.963.468	215.559.815	237.115.796
Total	1.608.310.868,2	1.769.141.955	1.946.056.151	2.140.661.766	2.354.727.942

Sumber : Lampiran 5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Biaya Tetap

Biaya Gaji dan THR

Biaya gaji karyawan diasumsikan meningkat 10% dari tahun ke tahun dengan asumsi hanya akan terjadi inflasi. Pada tahun ketiga, penulis menambahkan jumlah karyawannya dari 5 orang menjadi 6 orang yaitu 1 orang kurir. Hal ini dilakukan karena melihat asumsi penjualan yang semakin tinggi, sehingga harus dilakukan penambahan jumlah tenaga kerja agar semua kegiatan operasional berjalan dengan baik walaupun jumlah permintaan meningkat. Proyeksi biaya tenaga kerja dapat dilihat pada tabel 8.4

Tabel 8.4
Proyeksi Biaya Tenaga Kerja 2016-2020
(dalam Rupiah)

Jabatan	2016	2017	2018	2019	2020
Manajer	65.000.000	71.500.000	78.650.000	86.515.000	95.166.500
Sales	39.000.000	42.900.000	47.190.000	51.909.000	57.099.900
Kasir	39.000.000	42.900.000	47.190.000	51.909.000	57.099.900
Kurir	78.000.000	85.800.000	163.350.000	179.685.000	197.653.500
Total	221.000.000	243.100.000	336.380.000	370.018.000	407.019.800

Sumber: Data diolah

Biaya Penyusutan Peralatan

Peralatan mempunyai umur ekonomis, depresiasi, dan nilai sisa. Diasumsikan umur ekonomis peralatan 5 tahun, depresiasi menggunakan metode garis lurus, dan nilai sisa adalah 10%.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 8.5
Proyeksi Biaya Penyusutan Peralatan 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi	Nilai Buku
2016	21.600.000	3.888.000	3.888.000	17.712.000
2017		3.888.000	7.776.000	13.824.000
2018		3.888.000	11.664.000	9.936.000
2019		3.888.000	15.552.000	6.048.000
2020		3.888.000	19.440.000	2.160.000

Sumber : Lampiran 6

Biaya Penyusutan Kendaraan

Kendaraan mempunyai umur ekonomis, depresiasi, dan nilai sisa. Diasumsikan umur ekonomis kendaraan kantor 5 tahun, depresiasi menggunakan metode garis lurus, dan nilai sisa adalah 10%.

Tabel 8.6
Proyeksi Biaya Penyusutan Kendaraan kantor 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi	Nilai Buku
2016	24.000.000	4.320.000	4.320.000	19.680.000
2017		4.320.000	8640.000	15.360.000
2018		4.320.000	12.960.000	11.040.000
2019		4.320.000	17.280.000	6.720.000
2020		4.320.000	21.6000.000	2.400.000

Sumber: Lampiran 7

Biaya penyusutan aset bangunan

Aset bangunan mempunyai umur ekonomis, depresiasi, dan nilai sisa. Diasumsikan umur ekonomis aset bangunan 5 tahun, depresiasi menggunakan metode garis lurus, dan nilai sisa adalah 10%.

Tabel 8.7
Proyeksi Biaya Penyusutan bangunan 2015-2019
(Dalam Rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi	Nilai Buku
2016	10.000.000	1.800.000	1.800.000	8.200.000
2017		1.800.000	3.600.000	6.400.000
2018		1.800.000	5.400.000	4.600.000
2019		1.800.000	7.200.000	2.800.000
2020		1.800.000	9.000.000	1.000.000

Sumber: Lampiran 8



5. Biaya servis gedung

Biaya service gedung diasumsikan akan naik 10% dari tahun ketahun. (Tabel 8.8)

Tabel 8.8
Proyeksi Biaya servis Gedung 2016-2020
(dalam Rupiah)

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	1.000,000	1.100.000	1.210.000	1.331.000	1.464.100

Sumber: Lampiran 5

Biaya listrik

Biaya listrik diasumsikan naik 10% setiap tahunnya naik dikarenakan inflasi info lebih jelasnya lihat tabel 8.9

Tabel 8.9
Proyeksi Biaya Listrik 2016-220
(Dalam rupiah)

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840

Sumber: Lampiran 5

7. Biaya Koneksi Internet

Biaya Koneksi internet diasumsikan naik sebesar 10% dari tahun ke tahun

Tabel 8.10
Proyeksi Biaya Koneksi Internet 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Perbulan	Biaya Pertahun
2016	150.000	1.800.000
2017	165.000	1.980.000
2018	181.500	2.178.000
2019	199.650	2.395.800
2020	219.615	2.635.380

Sumber:

Biaya Sewa

Lampiran 5
Bangunan

Biaya sewa toko Ironmaxx Indonesia diasumsikan naik 5% tiap tahunnya.

Tabel 8.11
Proyeksi Sewa Bangunan 2016-2020
(Dalam Rupiah)



Tahun	Biaya Pertahun
2016	78.000.000
2017	81.900.000
2018	85.995.000
2019	90.294.750
2020	94.809.487,5

Sumber:
Lampiran 5

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

9. Biaya Pendirian Usaha

Biaya Perijinan usaha Ironmaxx Indonesia dibayar hanya pada pertama kali untuk mengurus perijinan untuk usaha dagang.

Tabel 8.12
Proyeksi Biaya Pendirian usaha 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Pertahun
2016	8.800.000
2017	-
2018	-
2019	-
2020	-

Sumber: Lampiran 5

10. Biaya Rekrutmen

Biaya merekrut para pegawainya sebulan sebelum Ironmaxx Indonesia beroperasi.

Tabel 8.13
Proyeksi Biaya Rekrutmen 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Pertahun
2015	1.000.000
2016	-
2017	-
2018	-
2019	-

Sumber: Lampiran 5

1. Biaya Website

Ironmaxx Indonesia mengeluarkan biaya maintenance website dan sosial media setiap bulannya diasumsikan biaya website naik 10% pertahunnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 8.14
Proyeksi Biaya Website 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Perbulan	Biaya Pertahun
2016	125.000	1.500.000
2017	137.500	1.650.000
2018	151.250	1.815.000
2019	166.375	1.996.500
2020	183.013	2.196.150

Sumber: Lampiran 5

D. Biaya Variabel

1. Biaya HPP

Biaya HPP tahun 2016-2020 dapat dilihat pada tabel 8.14

Tabel 8.15
Proyeksi Harga Pokok Produksi 2016-2020
(Dalam Rupiah)

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
Penjualan	608.310.868,2	1.769.141.955	1.946.056.151	2.140.661.766	2.354.727.942
HPP (60%)	963.986.520,9	1.061.485.173	1.167.633.691	1.284.397.060	1.412.836.765

Sumber: Data diolah

2. Biaya perlengkapan

Biaya perlengkapan diasumsikan naik 10% dari tahun ke tahun

Tabel 8.16
Proyeksi biaya perlengkapan 2016-2020
(dalam rupiah)

Sumber: Data diolah

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	1.425.000	1.567.500	1.724.250	1.896.675	2.086.342,5



3. Biaya Lain-lain

Biaya lain-lain meliputi biaya penggantian bohlam lampu, biaya *maintenance* dan perbaikan peralatan, biaya *maintenance* dan perbaikan kendaraan, dan lain-lain.

Biaya lain-lain diasumsikan naik 10% dari tahun ke tahun (Tabel 8.16).

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 8.17
Proyeksi Biaya Lain-lain 2016-2020

(dalam rupiah)

Tahun	2015	2016	2017	2018	2019
TOTAL	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000	7.320.500

Sumber: Data diolah

E. Proforma Laporan Keuangan

1. *Proforma Income Statement*

Tabel 8.18
Proforma Income Statement untuk 5 tahun pertama
(Dalam Rupiah)

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
Pendapatan Penjualan	1.608.310.868,2	1.769.141.955	1.946.056.151	2.140.661.766	2.354.727.942
Harga Pokok Produksi	963.986.520,9	1.061.485.173	1.167.633.691	1.284.397.060	1.412.836.765
Laba Kotor	643.324.347,3	707.656.782	778.422.460,4	856.264.706,4	941.891.176,8
Biaya					
Biaya Tetap:					
Biaya Sewa Bangunan	78.000.000	81.900.000	85.995.000	90.294.750	94.809.487,5
Biaya Gaji	221.000.000	243.100.000	336.380.000	370.018.000	407.019.800
Biaya Penyusutan	3.888.000	3.888.000	3.888.000	3.888.000	3.888.000



Peralatan					
Biaya Penyusutan kendaraan	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000
Biaya Penyusutan Bangunan	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Biaya servis gedung	1.000,000	1.100.000	1.210.000	1.331.000	1.464.100
Biaya Internet	1.800.000	1.980.000	2.178.000	2.395.800	2.635.380.
Biaya website	1.500.000	1.650.000	1.815.000	1.996.500	2.196.150
Total Biaya Tetap	313.308.000	339.738.000	437.586.000	476.044.050	518.132.917,5
Biaya Variabel:					
Biaya Listrik	2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Biaya Perlengkapan	1.425.000	1.567.500	1.724.250	1.896.675	2.086.342,5
Biaya lain-lain	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000	7.320.500
Total Biaya Variabel	8.825.000	9.707.500	10.678.250	11.746.075	12.920.682,5
Total Biaya	322.133.000	349.445.500	448.264.250	487.750.125	531.053.600
Laba Sebelum Pajak	321.191.347,2	358.211.282	330.158.010,4	368.514.581,4	410.837.576,8
Pajak (30 %)	96.357.404	107.463.385	99.407.403	110.554.374	123.251.273
EAT	224.833.943	250.747.897	231.110.607	257.960.207	287.586.304
Biaya Penyusutan Peralatan	3.888.000	3.888.000	3.888.000	3.888.000	3.888.000
Biaya Penyusutan kendaraan	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000
Biaya Penyusutan bangunan	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Net Cash Flow	234.841.943	260.755.897	241.118.607	267.968.207	297.594.304

Sumber: Data diolah

2. Proforma Arus Kas

Proforma arus kas merupakan kunci utama kegiatan operasional perusahaan dan tidak akan terlepas dari kegiatan yang berhubungan dengan kas.

Proforma arus kas adalah gerakan arus kas masuk dan arus kas keluar. Proforma arus kas dapat dilihat pada tabel 8.17



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie

Tabel 8.19
Proforma Arus Kas untuk 5 tahun
pertama
(Dalam Rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Arus Kas Masuk						
Modal Awal	389.875.000					
Pendapatan Penjualan		1.608.310.868,2	1.769.141.955	1.946.056.151	2.140.661.766	2.354.727.942
Total Arus Kas Masuk	389.875.000	1.608.310.868,2	1.769.141.955	1.946.056.151	2.140.661.766	2.354.727.942
Arus Kas Keluar						
Sewa bangunan	78.000.000		81.900.000	85.995.000	90.294.750	94.809.487,5
Renovasi Gedung	10.000.000					
Pembelian Produk Ironmaxx	220.000.000					
Peralatan toko	21.600.000		242.000.000	266.200.000	292.820.000	322.102.000
Kendaraan	24.000.000					
Biaya Pengiriman Usaha	8.800.000					
Biaya Relutmen	1000.000					
Biaya Gaji		221.000.000	243.100.000	336.380.000	370.018.000	407.019.800
Biaya Listrik		2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Biaya Internet		1.800.000	1.980.000	2.178.000	2.395.800	2.635.380
Biaya Perlengkapan	475.000	1.425.000	1.567.500	1.724.250	1.896.675	2.086.342,5
Biaya servis gedung		1.000,000	1.100.000	1.210.000	1.331.000	1.464.100
Biaya Website		1.500.000	1.650.000	1.815.000	1.996.500	2.196.150
Pajak		96.357.404	107.463.385	99.407.403	110.554.374	123.251.273
Total Arus Kas Keluar	363.875.000	325.582.404	683.400.885	797.813.653	874.501.499	959.078.372,5
Cash Flow Usaha	50.000.000	1.282.728.464	1.085.741.100	1.148.242.498	1.266.160.267	1.395.649.570
Beginning Balance		50.000.000	1.332.728.464	2.418.469.564	3.566.712.062	4.832.872.329
Ending Balance	50.000.000	1.332.728.464	2.418.469.564	3.566.712.062	4.832.872.329	6.228.521.899

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
- a. Pengutipan harus menyebutkan sumber: institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. *Proforma Balance Sheet*

Proforma neraca merupakan gambaran posisi keuangan suatu perusahaan pada saat tertentu. Pada umumnya neraca dibuat pada awal atau akhir periode pembukuan perusahaan. Proforma neraca dibuat untuk mengetahui perkembangan perusahaan, baik dari aspek likuiditas, keseimbangan yang telah dimiliki. Proforma neraca juga digunakan sebagai dasar pertimbangan cara pembiayaan investasi yang akan datang. Proforma neraca dapat dilihat pada tabel 8.18 .

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 8.20
Proforma Balance Sheet selama 5 tahun
(Dalam Rupiah)

	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Aktiva						
<u>Aktiva Lancar</u>						
Kas	50.0000.000	234.841.943	260.755.897	241.118.607	267.968.207	297.594.304
Jumlah Aktiva Lancar						
<u>Aktiva Tetap</u>						
Peralatan	21.600.000	21.600.000	21.600.000	21.600.000	21.600.000	21.600.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	0	3.888.000	7776.000	11.664.000	15.552.000	19.440.000
Peralatan setelah akumulasi	21.600.000	17.712.000	13.824.000	9.936.000	6.048.000	2.160.000
Kendaraan	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Akumulasi Penyusutan Kendaraan	0	4.320.000	8.640.000	12.960.000	17.280.000	21.600.000
Kendaraan setelah penyusutan	24.000.000	19.680.000	15.360.000	11.040.000	6.720.000	2.400.000
Jumlah Aktiva Tetap	45.600.000	37.392.000	29.184.000	20.976.000	12.768.000	4.560.000
TOTAL AKTIVA	95.600.000	272.233.943	289.939.897	262.164.607	280.736.207	302.154.304
Pasiva						
<u>Utang Lancar</u>						
Utang Pajak		96.357.404	107.463.385	99.407.403	110.554.374	123.251.273
<u>Ekuitas</u>						
Modal, Sofian Baharrizki	95.600.000	175.876.539	182.476.452	162.757.204	170.181.833	178.903.031
TOTAL PASIVA	95.600.000	272.233.943	289.939.897	262.164.607	280.736.207	302.154.304

Sumber: Data diolah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Analisis Kelayakan Usaha

1. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) adalah metode yang digunakan untuk penilaian investasi karena mampu mengatasi kelemahan dari metode penilaian lain, yaitu memperhatikan nilai waktu dari uang (*time value of money*).

Penilaian Investasi Ironmaxx Indonesia menggunakan suku bunga yang ditetapkan suku bunga dasar kredit bank mandiri sebesar 12,25%, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8.21
Net Present Value (NPV) Ironmaxx Indonesia
(Dalam Rupiah)

Tahun	Net Cash Flow	DF = 12,25%	PV of NCF
2016	234.841.943	0,890868596	209.009.329,3
2017	260.755.897	0,793646856	206.779.426,3
2018	241.118.607	0,707035061	170.470.855,1
2019	267.968.207	0,629875333	168.552.002,2
2020	297.594.304	0,561136154	166.950.404,5
Total PV of NCF			921.762.017,4
Initial Investment			389.875.000
NPV			531.887.017,4

Setelah melakukan perhitungan diatas maka proyek investasi Ironmaxx Indonesia dikatakan layak untuk dilakukan karena memiliki NPV positif yang bernilai Rp. 531.887.017,4

2. *Profitability Index (PI)*

Metode ini mempunyai arti sebagai sebuah usulan investasi akan diterima apabila angka *Profitability Index (PI)* dari usulan investasi tersebut lebih besar dari atau sama dengan satu. Metode ini akan dapat membantu dalam menentukan proyek mana yang menghasilkan pendapatan lebih besar untuk setiap biaya yang dikeluarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perhitungan yang telah diperoleh dari NPV dapat digunakan lebih lanjut untuk menghitung PI.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Profitability Index Ironmaxx Indonesia

$$PI = \frac{\text{Total PV of NCF}}{\text{Initial Investment}}$$

$$PI = \frac{\quad}{389.875.000} = 2,364250125$$

Setelah dilakukan perhitungan, dihasilkan Profitability Index Ironmaxx indonesia sebesar 2,364250125. Hal ini menunjukkan bahwa proyek investasi Ironmaxx Indonesia dikatakan layak karena Profitability Index Ironmaxx Indonesia lebih besar dari 1 ($2,364250125 > 1$).

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Payback Period (PP)

Metode ini berdasar pada perhitungan pada arus kas investasi. Dalam metode ini akan dihitung berapa lama arus kas masuk dapat menutupi aliran kas keluar yang digunakan untuk investasi awalnya atau dengan kata lain *Payback Period* (PP) merupakan metode untuk mengetahui kapan terjadi balik modal atau BEP dalam hitungan waktu, untuk perhitungan *payback period* (PP) Ironmaxx Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8.22
Payback Period Ironmaxx Indonesia
(Dalam Rupiah)

Tahun	NCF	Initial Investment
2015		389.875.000
2016	234.841.943	155.033.057



2017	260.755.897	
------	-------------	--

$$\frac{155.033.057}{260.755.897} = 0,594552448 \times 12 \text{ bulan} = 7,134629381$$

$$0,134629381 \times 30 \text{ hari} = 4,038881429 \text{ (5 hari)}$$

Menurut perhitungan di atas ini maka diperkirakan Ironmaxx Indonesia akan mencapai titik balik modal dalam waktu 1 tahun 7 bulan 5 hari.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadi nilai sekarang dari *proceeds* yang diharapkan yang akan diterima (*PV of Proceeds*) sama dengan nilai sekarang dari pengeluaran modal (*PV Outlays*). Dengan kata lain *Internal Rate of Return* adalah suatu tingkat bunga atau tingkat diskonto yang menghasilkan NPV suatu investasi sama dengan nol. *Internal Rate of Return* dapat dicari dengan *trial and error*.

Untuk menentukan berapa besar *IRR* yang dimiliki oleh Ironmaxx Indonesia dilakukan dengan cara menggunakan cara *trial and error*. Berikut adalah perhitungan *IRR* Ironmaxx Indonesia.

Tabel 8.23
Internal Rate of Return Ironmaxx Indonesia
(Dalam Rupiah)

Tahun	Net Cash Flow	DF = 12,25%	PV of NCF	DF = 60%	PV of NCF
2016	234.841.943	0,890868596	209.009.329,3	0,625	146.776.214,4
2017	260.755.897	0,793646856	206.779.426,3	0,390	101.694.799,8
2018	241.118.607	0,707035061	170.470.855,1	0,244	58.832.940,11
2019	267.968.207	0,629875333	168.552.002,2	0,152	40.731.167,46
2020	297.594.304	0,561136154	166.950.404,5	0,095	28.271.458,99
Total PV of NCF			921.762.017,4		376.306.580,7

Initial Investment	389.875.000		389.875.000
NPV	531.887.017,4		-13.568.419,35

$$\text{IRR} = 12,25\% + 531.887.017,4 / (531.887.017,4 + 13.568.419,35) \times (60 - 12,25) = 58,81\% \text{ (59\%)}$$

Pada perhitungan NPV yang menggunakan discount factor sebesar 12,25% memiliki nilai NPV yang positif yaitu sebesar Rp.531.887.017,4. Untuk menentukan seberapa besar IRR maka dibutuhkan NPV yang bernilai negatif dengan menggunakan discount factor sebesar 60% yang dalam perhitungan menghasilkan NPV yang negatif yaitu Rp.13.568.419,35. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan kedua NPV dan discount factor di atas maka ditemukan besar IRR yang dimiliki oleh Ironmaxx Indonesia yaitu sebesar 59%. Ini menandakan bahwa investasi pada Ironmaxx Indonesia dapat diterima karena IRR lebih besar dari rate of return yaitu 12,25%.

REKOMENDASI

Setelah melakukan analisis terhadap perhitungan kelayakan usaha, perhitungan proforma income statement, cash flow, dan proforma balance sheet, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Berdasarkan perhitungan NPV (Net present Value) yang menunjukkan jumlah positif sebesar Rp 526.054.988,2, maka usaha ini layak untuk dijalankan.
2. Berdasarkan perhitungan PI (Profitability Index) yang menunjukkan angka sebesar 2,349291409, usaha ini dikatakan layak karena PI lebih besar dari satu.
3. PP (Payback Period) dari Ironmaxx Indonesia selama 1 tahun 7 bulan 8 hari.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Berdasarkan perhitungan IRR (Internal Rate of Return) yang menunjukkan angka sebesar , usaha ini layak karena memiliki IRR yang lebih besar daripada tingkat Rate of return yang ditetapkan sebesar 12,25%.

Berdasarkan perhitungan aspek kelayakan diatas, dapat disimpulkan bahwa Ironmaxx Indonesia memenuhi seluruh syarat kelayakan usaha yang telah ditetapkan.

Karena perhitungan aspek kelayakan diatas usaha ini dapat direkomendasikan untuk diluncurkan. Selain itu hal ini menunjukkan bahwa sebelum memulai suatu bisnis, sangat diperlukan untuk melakukan penyusunan atau perhitungan pada rencana bisnis agar dapat mengetahui kelayakan dari bisnis tersebut.

Selain itu hal ini atau perhitungan pada rencana bisnis sangat diperlukan juga untuk mengetahui forecastng penjualan, pendapatan, dan proyeksi harga pokok produksi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.