



**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA
JASA FOTOCOPY BERNAMA TOKO GRAHA MEDIA COPY
DI KOTA PADANG , SUMATERA BARAT**

MIKAEL PRAMULIA WAHYUDI MUNIR
DRS. LEONARDUS SAIMAN, M.SC.
INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
Jl. Yos Sudarso Kav. 87 Sunter - Jakarta 14350

RINGKASAN EKSEKUTIF

Usaha yang akan dijalankan adalah jasa *fotocopy* yang diberi nama Toko Graha Media Copy. Lokasi unit usaha ini terletak di Kota Padang, Sumatera Barat yang beralamat di Jalan Dr. Hatta No 60, Padang, Sumatera Barat. Usaha Toko Graha Media Copy ini akan dibentuk sebagai usaha perseorangan. Toko Graha Media Copy ini akan mulai beroperasi pada awal Januari 2015.

Pendirian usaha jasa *fotocopy* ini sengaja mengambil lokasi di Jalan Dr. Hatta No 60, Padang, Sumatera Barat karena lokasi dan harga yang strategis. Di sekitar lokasi jasa *fotocopy* ini terdapat sekolah SMA 1 Muhammadiyah, Padang, Sumatera Barat dan Universitas Andalas. Sasaran utama dari Toko Graha Media Copy ini adalah pelajar, mahasiswa, guru, dan dosen. Bahkan tidak menutup kemungkinan karyawan kantor dapat menjadi sasaran utama dari Toko Graha Media Copy ini.

Toko Graha Media Copy lebih mengutamakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang diberikan oleh Toko Graha Media Copy adalah melalui kualitas produk yang baik, pelayanan yang baik oleh para karyawan Toko Graha Media Copy dan pemilik.

Toko Graha Media Copy adalah sebuah usaha bisnis jasa yang bergerak di bidang jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating, dan penjualan alat tulis kantor (atk).

Segmentasi demografis dari Toko Graha Media Copy ini adalah yang pekerjaannya pelajar dan mahasiswa sedangkan pendidikannya dari sekolah dasar sampai dengan sarjana. Ini tidak menutup kemungkinan Toko Graha Media Copy bagi pegawai, guru, dosen, dan karyawan untuk menjadi konsumen Toko Graha Media Copy ini.

Modal yang akan digunakan pemilik untuk mendirikan usaha ini adalah sebesar Rp 500.000.000,00. Dana ini akan digunakan oleh pemilik toko untuk menyewa toko sebesar Rp 26.000.000,00 (5,2 %), pembelian peralatan Rp 200.472.500,00 (40,09%), pembelian perlengkapan Rp 76.193.700,00 (15,24%), gaji pegawai Rp 23.650.000,00 (4,73%), pembelian sepeda motor Rp 16.740.000,00 (3,35%) dan kas sebesar Rp 167.873.800,00 (33,57%).

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2015 adalah sebesar Rp 450.622.931,- dengan total biaya Rp 207.123.907,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2015 adalah sebesar Rp 215.619.170,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2016 adalah sebesar Rp 505.754.881,- dengan total biaya Rp 211.681.512,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 258.607.304,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2017 adalah sebesar Rp 570.335.629,- dengan total biaya Rp 231.849.273,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 294.939.767,-.

© Hak cipta milik IBI KKG (Insitut 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.

tanpa izin IBIKKG.



Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjiilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2018 adalah sebesar Rp 642.158.043,- dengan total biaya Rp 253.544.127,-, maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 332.535.437,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjiilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2019 adalah sebesar Rp 723.196.730,- dengan total biaya Rp 277.392.321,-, maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2019 adalah sebesar Rp 375.428.307,-.

Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV) maka Toko Graha Media Copy layak untuk didirikan. Berdasarkan analisis *Profability Indeks* (PI) didapatkan nilai sebesar 2,5827 yang berarti usaha layak didirikan. Kemudian dari hasil perhitungan *Payback Period* (PP) dikatakan bahwa pengembalian modal didapat pada 1 tahun 11 bulan dan 13 hari. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) dikatakan bahwa tingkat pengembalian yang didapatkan adalah sebesar 49,04% dimana hal tersebut lebih besar daripada tingkat suku bunga kredit. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

Businesses that will be run is a service copy shop named Graha Media Copy. The location of this business unit is located in the city of Padang, West Sumatra is located at Jalan Dr. Hatta No. 60, Padang, West Sumatra. Copy Store Business Media Graha This will be established as a private enterprise. Copy this store Graha Media will begin operation in early January 2015.

Photocopy services business establishment is deliberately taking location at Jalan Dr. Hatta No. 60, Padang, West Sumatra because of its strategic location and price. In the vicinity of this photocopy services are 1 SMA Muhammadiyah schools, Padang, West Sumatra and Andalas University. The main target of Graha Media Copy Shop is a student, students, teacher, and lecturer. In fact it is possible office workers can become the main target of this Copy Shop Graha Media.

Graha store more Media Copy consumer satisfaction. Consumer satisfaction given by Graha Media Copy Shop is through good quality products, good service by the employee Graha Media Store Copy and owners.

Graha Media Copy Shop is a service business engaged in the services of photocopy, binding, laminating, and sales of stationery (stationery).

Demographic segmentation of Graha Media Copy Shop is the job while education students and students from elementary school to graduate. This does not rule out the possibility Store Graha Media Copy for employees, teachers, professors, and employees to become consumers Graha Media Copy this store.

The capital will be used to establish a business owner this is Rp.500,000,000.00. These funds will be used by the owner of the store to rent a shop at Rp 26,000,000.00 (5.2%), purchase of equipment Rp 200,472,500.00 (40.09%), purchase of equipment Rp 76,190,700.00 (15, 24%), employee salaries Rp 23,650,000.00 (4.73%), purchase of motorcycles Rp 16,740,000.00 (3.35%) and cash amounting to Rp 167,873,800.00 (33.57%).

Projected sales of services revenue photocopy, binding, laminating and sales of stationery (stationery) for 2015 was Rp 450,622,931, - with a total cost of Rp 207 123 907, -, then earned a net profit after tax in 2015 of Rp 215 619 170, -.

Projected sales of services revenue photocopy, binding, laminating and sales of stationery (stationery) for the year 2016 amounted to Rp 505,754,881, - with a total cost of



Rp 211 681 512, -, then earned a net profit after tax in 2016 amounted to Rp 258 607 304, -

Projected sales of services revenue photocopy, binding, laminating and sales of stationery (stationery) for the year 2017 amounted to Rp 570,335,629, - with a total cost of Rp 233 849 273, -, then earned a net profit after tax in 2017 amounted to Rp 294 939 767, -

Projected sales of services revenue photocopy, binding, laminating and sales of stationery (stationery) for the year 2018 amounted to Rp 642,158,043, - with a total cost of Rp 253 544 127, -, then earned a net profit after tax in 2018 amounted to Rp 332 535 437, -

Projected sales of services revenue photocopy, binding, laminating and sales of stationery (stationery) for 2019 was Rp 723,196,730, - with a total cost of Rp 277 392 321, -, then earned a net profit after tax in 2019 amounted to Rp 375 428 307, -.

Based on the calculation of Net Present Value (NPV), the Graha Media Store Copy is feasible to set up. Based on the analysis Profitability index (PI) obtained a value of 2.5027 which means a decent effort established. Then from the calculation Payback Period (PP) said that the payback obtained at 1 year 11 months and 13 days. Calculation of Internal Rate of Return (IRR) said that the return rate of 49.04% is obtained where it is greater than the interest rate of credit. Based on these calculations, it can be concluded that it is feasible to run a business.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan para pelaku usaha dan masyarakat untuk lebih cepat beradaptasi pada perkembangan teknologi tersebut. Hadirnya mesin *fotocopy* merupakan suatu bagian dari perkembangan teknologi tersebut yang sangat dirasakan manfaatnya. Mesin *fotocopy* ini sangat dibutuhkan bagi semua kalangan. Baik dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor, dan masyarakat pada umumnya.

Data Perusahaan

Nama Perusahaan : Toko Graha Media *Copy*
Alamat : Jl. Dr Hatta No 60, Padang, Sumatera Barat

Biodata Pemilik

Nama : Mikael Pramulia Wahyudi Munir
Jabatan : Pemilik
Alamat : Jln. H. Agus Salim No 20, Padang, Sumatera Barat
E-mail : mpramulia@gmail.com

Bidang Usaha

Toko Graha Media *Copy* adalah suatu unit usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang berkaitan dengan *fotocopy*, seperti penjilidan, laminating, dan lain-lain. Di samping itu, juga menjual produk ATK (Alat Tulis Kantor) yang berkaitan erat dengan usaha *fotocopy* dan peralatan untuk bidang pendidikan. Produk-produk yang diperlukan antara lain: jasa *fotocopy*, penjilidan, percetakan, kertas HVS, laminating film, kertas buffalo, kertas kaca, gunting, dan sebagainya.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Pernyataan Kebutuhan Keuangan

Modal untuk pendirian suatu usaha sebenarnya relatif, tergantung kepada ukuran bisnis yang akan dijalankan dan banyaknya persediaan untuk produk yang diinginkan oleh wirausaha untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Modal yang akan digunakan pemilik untuk mendirikan tempat usaha ini adalah sebesar Rp 500.000.000,00. Dana ini akan digunakan oleh pemilik toko untuk menyewa toko sebesar Rp 26.000.000,00 (5,2 %), pembelian peralatan Rp 200.472.500,00 (40,09%), pembelian perlengkapan Rp 76.193.700,00 (15,24%), gaji pegawai Rp 23.650.000,00 (4,73%), pembelian sepeda motor Rp 167.740.000,00 (3,35%) dan kas sebesar Rp 167.873.800,00 (33,57%).

ANALISIS INDUSTRI

Gambaran Masa Depan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan para pelaku usaha dan masyarakat untuk lebih cepat beradaptasi pada perkembangan teknologi tersebut. Hadirnya mesin *fotocopy* merupakan suatu bagian dari perkembangan teknologi tersebut yang sangat dirasakan manfaatnya. Mesin *fotocopy* ini sangat dibutuhkan bagi semua kalangan. Baik dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor, dan masyarakat pada umumnya.

Toko Graha Media *Copy* adalah perusahaan perseorangan yang bergerak dalam bidang jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating, dan juga melakukan penjualan alat tulis kantor seperti pulpen, pensil, penghapus, buku tulis, dan sebagainya.

Konsep dari Toko Graha Media *Copy* ini sendiri adalah sebuah unit usaha yang menyediakan jasa *fotocopy*, penjilidan, dan laminating dan di samping itu Toko Graha Media *Copy* juga menjual alat tulis kantor (atk) seperti pulpen, pensil, penghapus, buku tulis yang berkaitan erat dengan dunia pendidikan. Produk alat tulis kantor yang dijual adalah produk campuran dari yang tahan lama dan tidak tahan lama dan berkualitas tinggi. Produk yang digunakan dalam bisnis ini adalah produk yang tahan lama dan tidak tahan lama, sedangkan produk memiliki kualitas tinggi sehingga memberikan hasil yang baik dalam proses maupun produk akhir dan disukai oleh para konsumen.

Analisis Lingkungan Eksternal

Ada analisis lingkungan eksternal yang mempengaruhi Toko Graha Media *Copy* antara lain:

1. Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki dampak langsung terhadap daya tarik potensial dari beragam strategi. Sebagai contoh, ketika tingkat suku bunga naik, dana yang diperlukan untuk ekspansi modal menjadi lebih mahal atau tidak tersedia. Juga, ketika tingkat suku bunga naik, pendapatan diskresioner menurun dan permintaan akan barang diskresioner pun turun. Ketika harga saham naik, permintaan akan ekuitas sebagai sumber modal bagi pengembangan pasar meningkat. Selain itu, ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis meluas.

2. Kekuatan Teknologi

Toko Graha Media *Copy* ini sendiri didukung dengan teknologi yang modern dengan menggunakan mesin *fotocopy* yang sangat bagus dan berkualitas serta tahan lama. Dengan adanya internet yang dapat diakses oleh semua orang dapat memudahkan Toko Graha Media *Copy* melayani para konsumennya serta dapat dengan mudah diakses oleh kalangan masyarakat.

3. Kekuatan Demografi

Toko Graha Media *Copy* melihat bahwa variabel yang dipengaruhi adalah gaya hidup dan kebiasaan belanja. Toko Graha Media *Copy* lebih melihat penduduk rata-rata usia



produktif kerja yaitu umur 18-59 tahun yang memiliki profesi sebagai pelajar dan mahasiswa bahkan tidak menutup kemungkinan guru, dosen serta karyawan dapat menjadi target Toko Graha Media Copy.

Analisis Pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dimiliki IBIKKG (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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Matriks SWOT

Internal	Strengths – S	Weaknesses – W
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis karena terletak dekat dengan SMA Muhammadiyah 1, Padang, Sumatera Barat dan Universitas Andalas, Padang, Sumatera barat 2. Tingkat kenyamanan yang tinggi disertai dengan dekorasi ruangan yang menarik 3. Menjual barang dan jasa dengan kualitas yang baik 4. Harga yang bersaing 5. Pelayanan yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Loyalitas konsumen yang belum tersedia 2. Merupakan jasa fotokopi baru dan belum dikenal 3. Kurangnya pengalaman pemilik akan jasa ini 4. Lemahnya citra merek
Eksternal	Opportunities – O	WO Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya tersedia pemasok barang dagang dengan harga yang kompetitif 2. Perkembangan teknologi 3. Tren pasar yang terus berubah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi secara berkala agar Toko Graha Media Copy dikenal masyarakat. (W1, W2, W4, O2) 2. Pemilik giat melakukan survei dan pembelajaran dari berbagai pihak dan sumber agar memiliki pengetahuan yang mendalam akan industrinya. (W3, O1, O3)
	Threats – T	WT Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peminat akan jasa fotokopi tinggi sehingga persaingan semakin ketat. 2. Kekuatan tawar konsumen besar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik langsung membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. (W1, W2, T1, T2) 2. Melakukan pendekatan yang baik dengan pelanggan dan pemasok sehingga Toko Graha Media Copy dikenal. (W3, T2)
	SO Strategies	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual barang dengan kualitas yang baik yang berasal dari pemasok barang dagang (S3, O1) 2. Menggunakan fasilitas <i>Air Conditioner</i> (AC) dengan teknologi yang sangat canggih (S5, O2) 	
	ST Strategies	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan harga yang bersaing bagi para pemasok agar terus menggunakan jasa fotokopi. (S3, S4, T1) 2. Memberikan jasa fotokopi yang berkualitas sehingga pelanggan merasa tidak kecewa. (S2, S3, S5, T1) 	

Segmentasi Pasar



Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), segmentasi pasar adalah membagi pasar ke dalam segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku yang mungkin memerlukan strategi pemasaran yang terpisah atau campuran.

Berikut ini adalah segmentasi yang mempengaruhi Toko Graha Media *Copy*:

1. Segmentasi Geografis: Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Perusahaan dapat beroperasi di satu atau beberapa daerah, atau beroperasi di seluruh daerah, sambil tetap memberikan perhatian pada variasi lokal. Toko Graha Media *Copy* mengambil lokasi di Kota Padang Sumatera Barat karena alasan harga dan lokasi yang strategis.
2. Segmentasi Demografis: Dalam segmentasi demografis, kita membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial. Dalam hal ini, Toko Graha Media *Copy* melakukan segmentasi ini yang pekerjaannya adalah pelajar dan mahasiswa.
3. Segmentasi Psikografis: Psikografis adalah ilmu untuk menggunakan psikologi dan demografi guna lebih memahami konsumen. Dalam segmentasi psikografis, pembeli dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis/kepribadian, gaya hidup, atau nilai. Yang dituju Toko Graha Media *Copy* adalah masyarakat kelas sosial menengah hingga menengah ke atas.
4. Segmentasi Perilaku: Dalam segmentasi perilaku, pemasar membagi pembeli menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respons terhadap sebuah produk. Segmentasi perilaku dipilih sebagai target pasar bagi Toko Graha Media *Copy* karena toko ini tidak hanya menjual produknya terhadap konsumen yang membelinya untuk keperluan pemakaian *fotocopy* saja, melainkan juga untuk konsumen yang membelinya untuk keperluan produksi harian atau rutin seperti sekolah-sekolah dan ruko-ruko yang berada di sekitar perusahaan yang kegiatan usaha dekat dengan dunia *fotocopy*.

Ramalan Industri

Ramalan Industri menurut David (2010:152) adalah sebuah aktivitas yang kompleks karena berbagai faktor seperti inovasi teknologi, perubahan budaya, produk baru, layanan yang lebih prima, pesaing yang lebih kuat, pergeseran dan prioritas pemerintah, pergeseran nilai-nilai sosial, kondisi ekonomi yang tidak stabil, dan kejadian-kejadian yang tidak diprediksi sebelumnya.

Berdasarkan informasi yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang (Tabel 2.2), Jumlah Penduduk Kota Padang pada tahun 2014 adalah sebesar 854.336 jiwa. Masyarakat yang berada di Kota Padang, Sumatera Barat dan sekitarnya merupakan target pasar yang dituju oleh Toko Graha Media *Copy*.

GAMBARAN USAHA

Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248), Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Unit usaha pada Toko Graha Media *Copy* fokus pada pelayanan jasa *fotocopy*, penjiplakan, laminating, dan penjualan alat tulis kantor (atk) yang umumnya dipakai oleh anak sekolah dan mahasiswa untuk kebutuhan sehari-hari.

Ukuran Bisnis

Berdasarkan kriteria yang tertera pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab IV Pasal 6, Toko Graha Media *Copy* termasuk pada kriteria Usaha Menengah yang memiliki aset di atas Rp500.000.000,00 dan omset per tahun antara Rp2.500.000.000,00 sampai dengan Rp50.000.000.000,00



Toko Graha Media *Copy* termasuk dalam usaha perseorangan, karena kepemilikan bisnis dimiliki dan dikontrol oleh satu orang. Pemilik Toko Graha Media *Copy* bertanggung jawab penuh dalam mengendalikan bisnis ini agar tidak terjadi kekurangan-kekurangan yang mungkin di dalam operasi bisnis.

Peralatan, Perlengkapan, dan Tenaga Kerja

1. Peralatan

Dana yang dibutuhkan pada tahap awal oleh penulis untuk peralatan dalam membangun bisnis Toko Graha Media *Copy* adalah Rp 200.472.500,-. Peralatan yang dibeli antara lain mesin *fotocopy*, mesin penjilidan, mesin laminating, mesin staples, mesin kasir, mesin *faximilie* dan sebagainya.

2. Tenaga Kerja

Jumlah karyawan dan jabatan yang diperlukan untuk bisnis ini berjumlah 5 orang pada awal mulai berjalannya bisnis Toko Graha Media *Copy*. Seiring berjalannya unit usaha ini akan dibutuhkan penambahan tenaga kerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ada.

Latar Belakang Pemilik

Nama Pemilik

: Mikael Pramulia Wahyudi Munir

Tempat Tanggal Lahir

: Padang, 05 Juni 1992

Jenis Kelamin

: Laki-laki

Alamat

: Jl. H. Agus Salim No 20, Padang, Sumatera Barat

Email

: mpramulia@gmail.com

Pendidikan

: Calon Sarjana Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta

Mikael Pramulia Wahyudi Munir lahir di Padang pada tanggal 5 Juni 1992, putra kedua dari dua bersaudara ini adalah pemilik tunggal dari Toko Graha Media *Copy*. Usaha jasa *fotocopy*, merupakan hasil ide dari pengamatan penulis, karena penulis melihat adanya permintaan pasar yang cukup lumayan untuk bisnis ini.

RENCANA JASA DAN OPERASIONAL

Deskripsi Rencana Operasi

Berikut ini adalah rencana operasi yang akan dilakukan oleh Toko Graha Media *Copy*:

1. Menyewa bangunan yang akan dijadikan sebagai *workshop*
2. Mendesain dan merenovasi ulang tempat usaha
3. Membeli peralatan toko yang dibutuhkan
4. Melakukan perekrutan tenaga kerja sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan
5. Membuat *Job Description* untuk setiap karyawan toko
6. Menghubungi para *supplier* untuk membeli barang dagangan
7. Menyusun barang-barang tersebut di etalase
8. Membuat daftar harga barang di toko
9. Membuat rencana dan melakukan pemasaran usaha
10. Membuka tempat usaha
11. Melakukan interaksi dengan pembeli untuk mendapatkan *feedback*
12. Melakukan perbaikan-perbaikan guna untuk mengembangkan usaha ini

Gambaran Jasa



Jasa menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Toko Graha Media Copy merupakan unit usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa fotocopy dan penjualan produk-produk kebutuhan alat tulis lainnya atau dengan kata lain, Toko Graha Media Copy ini menjual produk jadi yang siap dipasarkan kepada konsumen, sehingga toko tidaklah perlu untuk melakukan proses manufaktur.

Alur Jasa

Alur jasa yang dilakukan oleh Toko Graha Media Copy adalah penjualan kepada konsumen akhir dengan penjualan secara tunai. Penjualan yang dilakukan kepada konsumen akhir dilakukan langsung di tempat usaha.

Alur jasa yang dilakukan oleh Toko Graha Media Copy dimulai customer datang dengan membawa dokumen yang ingin di-fotocopy ke Toko Graha Media Copy, pihak Toko Graha Media Copy menanyakan ke pelanggan tentang apa dan jumlah yang ingin di fotocopy, karyawan memberikan jasa fotocopy sesuai dengan permintaan pelanggan, setelah selesai memberikan jasa fotocopy karyawan mencocokkan hasil fotocopy-an dengan jumlah yang diminta oleh pelanggan, setelah mencocokkan hasil fotocopy-an karyawan membuat bon/nota di komputer dan memberitahukan tentang jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan, pelanggan membayar uang sesuai dengan yang tertera di bon/nota dan karyawan mengucapkan terima kasih kepada pelanggan.

Bangunan Fisik

Toko Graha Media Copy memiliki tanah seluas 36m² dengan ukuran 6m x 6m. Rencananya akan menggunakan lantai ini dengan maksimal yang diperoleh dengan cara menyewa per tahun. Agar tampil menarik Toko Graha Media Copy perlu didesain sedemikian rupa semakin menarik suasana toko, maka konsumen akan semakin sering untuk datang kembali.

Teknologi dan Peralatan

Toko Graha Media Copy menjual jasa dan produk-produk alat tulis yang merupakan produk jadi, sehingga tidak memerlukan mesin dan peralatan untuk melakukan proses produksi dalam penjualan produk. Tetapi mesin dan peralatan sangat diperlukan bahkan menjadi salah satu unit penting dalam penyediaan jasa dalam melakukan proses dan pengembangan usaha ini dan kelangsungan bisnis ini.

Teknologi adalah sarana yang sangat mendukung Toko Graha Media Copy dalam melakukan kegiatan usahanya agar pengelolaan toko menjadi lebih efisien dan efektif.

Nama Pemasok

Pemasok merupakan sebuah mata rantai paling penting dalam sistem “penyerahan nilai” kepada keseluruhan pelanggan dari sebuah pelanggan. Pemasok menyediakan sumber daya yang diperlukan bagi perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa. Perkembangan pemasok dapat secara serius mempengaruhi perkembangan pemasaran pemilik toko harus mengawasi ketersediaan pasokan, kekurangan atau penundaan pengiriman pasokan, pemogokan tenaga kerja, dan peristiwa lain yang dapat mengurangi penjualan dalam jangka pendek dan merusak kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

Pemilik juga harus memantau kecenderungan harga dari sumber pemasok utama mereka. Kenaikan harga dari pemasok bisa memaksa toko untuk menaikkan harga yang kemungkinan besar akan dapat menurunkan volume penjualan.

1. Ditanya 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 Dilindungi
Hak Milik (Right of Intellectual Property)
Kwik Kian Gie School of Business



RENCANA PEMASARAN

Tujuan Pemasaran

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

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan pertukaran untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

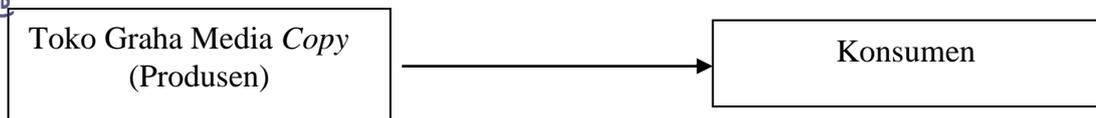
Toko Graha Media *Copy* akan menyesuaikan harga dasar dengan mempertimbangkan keadaan ekonomi pasar pada saat itu, jenis pelanggan (individual atau korporasi), dan penawaran harga layanan bersaing. Penentuan harga harus berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan, pengaruh persaingan dan pembentukan persepsi tentang nilai jasa yang dihasilkan.

Toko Graha Media *Copy* menetapkan harga berdasarkan persaingan, yaitu menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama

Distribusi

Toko Graha Media *Copy* menggunakan saluran distribusi dalam memberikan jasa dan penjualan. Toko Graha Media *Copy* termasuk penjualan yang dilakukan dari produsen langsung ke konsumen (tanpa menggunakan prantara).

Saluran Distribusi Toko Graha Media *Copy*



Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) pemasaran adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Toko Graha Media *Copy* menggunakan *advertising* dan *sales promotion* sebagai cara untuk melakukan pemasaran.

Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran yang dilakukan Toko Graha Media *Copy* antara lain:

1. Pengendalian Barang

Pada Toko Graha Media *Copy*, pengendalian barang/produk yang akan dijual dilakukan dengan cara melakukan *stock opname* dan *inventory control* untuk mengurangi kemungkinan adanya *Bad Stock* (BS). Baik di dalam toko maupun di gudang, *stock opname* dilakukan oleh pemilik toko dan karyawan sebanyak tiga kali dalam seminggu.

2. Pengendalian Jasa *Fotocopy*

Toko Graha Media *Copy* akan melakukan *stock opname* dan *inventory control* pada ketersediaan kertas serta tinta. Untuk menghindari terjadinya kekurangan kertas dalam

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

Institusi Bisnis dan Perbankan Kwik Kian Gie



memberikan layanan kepada pelanggan atau dapat menghambat perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya.

3. Pengendalian Teknologi

Pengendalian yang dilakukan terhadap Toko Graha Media Copy adalah dengan melakukan pemeriksaan dan atau *service* mesin *fotocopy* secara rutin peralatan-peralatan yang digunakan untuk kegiatan operasi toko, seperti perawatan mesin *fotocopy* berupa *service* yang dilakukan sebulan sekali dan setiap mengalami kerusakan di luar *service* berkala.

4. Review Dan Usaha Perbaikan

Review akan dapat dilakukan setelah pemilik toko mendapatkan hasil dari kuisisioner. Karena dengan hasil kuisisioner yang didapat, pemilik toko dapat melihat dan menilai kekurangan-kekurangan dan selalu dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Anggaran Penjualan

Bulan	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	32.772.000	36.869.015	41.478.222	46.663.650	52.497.341
Februari	33.099.720	37.237.705	41.893.004	47.130.287	53.022.314
Maret	33.430.717	37.610.082	42.311.934	47.601.590	53.552.537
April	33.765.024	37.986.183	42.735.053	48.077.606	54.088.062
Mei	34.777.975	39.125.769	44.017.105	49.519.934	55.710.704
Juni	33.386.856	37.560.738	42.256.421	47.539.137	53.482.276
Juli	34.054.593	38.311.953	43.101.549	48.489.920	54.551.922
Agustus	34.735.685	39.078.192	43.963.580	49.459.718	55.642.960
September	35.083.042	39.468.974	44.403.216	49.954.315	56.199.390
Oktober	35.433.872	39.863.664	44.847.248	50.453.858	56.761.384
November	35.788.211	40.262.301	45.295.720	50.958.397	57.328.998
Desember	36.503.975	41.067.547	46.201.634	51.977.565	58.475.578
Total Penjualan	412.831.670	464.442.123	522.504.686	587.826.287	661.313.446

RENCANA ORGANISASI

Struktur organisasi menurut alma (2009:117) adalah suatu rangka kerjasama dari berbagai bagian menurut pola yang menghendaki adanya tertib, penyusunan yang logis dan hubungan yang serasi. Jadi dalam suatu struktur organisasi terdapat rangka yang menunjukkan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi-fungsi, serta wewenang tanggung jawab tiap anggota organisasi.

Bentuk Kepemilikan

Toko Graha Media Copy merupakan perusahaan perseorangan. Operasi dilakukan sepenuhnya oleh pemilik toko. Modal yang digunakan dalam bisnis ini berasal dari modal pemilik, sehingga tidak ada pembagian keuntungan kepada pihak lain.

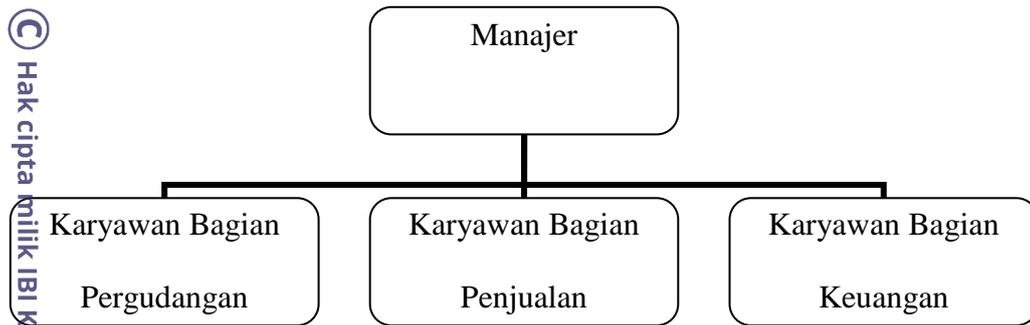
Struktur Kepemilikan

Struktur organisasi selalu ditemui dalam sebuah perusahaan / organisasi dalam berbagai skala bahkan menjadi sesuatu yang harus dimiliki. Fungsi dari struktur organisasi dapat memudahkan pemilik usaha memisahkan fungsi delegasi antar setiap bagian pekerjaan agar setiap pekerjaan yang diberikan ke karyawan sesuai dengan posisinya sehingga pekerjaan yang dihasilkan akan selalu maksimal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.



Struktur Organisasi Toko Graha Media Copy



Kompensasi atau Balas Jasa

Menurut Dessler (2013:378) kompensasi karyawan meliputi segala bentuk gaji akan karyawan dan timbul dari pekerjaan mereka. Ini memiliki dua komponen utama, pembayaran langsung keuangan (upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus) dan pembayaran keuangan tidak langsung (keuntungan finansial seperti asuransi majikan bayar dan liburan).

Untuk meningkatkan produktivitas dan memelihara semangat kerja yang tinggi dan konsisten, Toko Graha Media Copy akan memberikan kompensasi (pembayaran keuangan langsung) berupa gaji dan bonus tunjangan hari raya (THR). Kompensasi yang ada di dalam Toko Graha Media Copy ini diberikan kepada pramuniaga toko dan bagian kasir mengikuti standar upah minimum yang berlaku pada saat ini.

Jabatan	Gaji per bulan	Gaji per tahun	THR	Jumlah pegawai	Total
Pemilik	2,500,000	15,000,000	2,500,000	1	17,500,000
Bagian Kasir	1,450,000	8,700,000	1,450,000	1	10,150,000
Karyawan Toko	1,500,000	9,000,000	1,500,000	3	13,500,000
Total					41,150,000

PENILAIAN RISIKO

Penilaian Risiko Bisnis

Dalam setiap bisnis yang akan dijalankan tidak akan terhindar dari kelemahan berdasarkan pengamatan yang dilakukan, kelemahan dari jasa fotokopi ini adalah:

1. Persaingan yang ketat
2. Kinerja Karyawan
3. Kenaikan Harga Bahan Baku
4. Kondisi Ekonomi
5. Penjualan yang berfluktuasi berdasarkan bulan

Rencana Kontijensi

Rencana Kontijensi (*Contingency Plan*) menurut David (2010:518), adalah rencana-rencana alternatif yang dapat dijalankan jika peristiwa-peristiwa penting tertentu tidak terjadi seperti yang diharapkan.

Rencana Kontijensi yang akan dilakukan oleh Toko Graha Media Copy:

1. Perusahaan membeli banyak persediaan kertas
2. Toko Graha Media Copy dapat mencari barang dagang dari para pemasok yang menjual dengan harga termurah



3. Meningkatkan kualitas layanan
4. Menciptakan promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan

RENCANA KEUANGAN

Menurut Margaretha (2014:41) rencana keuangan didefinisikan sebagai proyeksi penjualan, laba, dan aktiva yang didasarkan pada berbagai strategi produksi dan pemasaran dan juga pada penentuan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai proyeksi tersebut. Perencanaan Keuangan terdiri dari *Sales Forecast* dan *Projected (proforma) financial statements*.

Rencana Keuangan memiliki tujuan untuk memperbaiki profitabilitas, menghindari situasi terjaminnya keadaan untuk kas, dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas.

Proforma Income Statement

Income statement menurut Alma (2009:273) adalah catatan semua penghasilan dan biaya yang terjadi pada selang waktu tertentu. Ini menunjukkan berapa jumlah uang yang diperoleh dan berapa yang hilang atau dihabiskan selama waktu tertentu.

Proforma Income Statement

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Pendapatan Jasa Fotocopy ¹⁾	308.376.645	346.928.580	390.300.118	439.093.784	493.968.840
Pendapatan Jasa Penjilidan ²⁾	92.361.821	103.908.484	116.898.674	132.034.313	149.318.087
Pendapatan Jasa Laminating ³⁾	12.093.197	12.402.022	15.305.871	17.219.350	19.372.047
Pendapatan Alat Tulis Kantor ⁴⁾	37.791.268	42.515.795	47.830.966	53.810.596	60.537.756
Total Pendapatan	450.622.931	505.754.881	570.335.629	642.158.043	723.196.730
Beban-Beban:					
1. Beban Gaji ⁵⁾	41.150.000	45.265.000	49.791.500	54.770.650	60.247.715
2. Beban Listrik ⁶⁾	12.597.086	14.171.925	15.943.641	17.936.844	20.179.222
3. Beban Air ⁷⁾	1.740.000	1.914.000	2.105.400	2.315.940	2.547.534
4. Beban Penyusutan Peralatan Toko ⁸⁾	18.042.525	18.042.525	18.042.525	18.042.525	18.042.525
5. Biaya Penyusutan Kendaraan Bermotor ⁹⁾	1.506.600	1.506.600	1.506.600	1.506.600	1.506.600
6. Sewa Toko ¹⁰⁾	38.000.000	28.000.000	31.400.000	34.606.000	38.066.600
7. Biaya Pemeliharaan ¹¹⁾	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.000	17.569.200
8. Biaya Pemasaran ¹²⁾	3.109.000	2.704.900	2.975.390	3.272.929	3.600.222
9. Biaya Telepon ¹³⁾	1.584.996	1.743.492	1.917.840	2.109.624	2.320.586
10. Biaya Keamanan dan Kebersihan ¹⁴⁾	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
11. Biaya Perlengkapan ¹⁵⁾	76.193.700	83.813.070	92.194.377	101.413.815	111.555.197
Total Biaya-Biaya	207.123.907	211.681.512	231.849.273	253.544.127	277.392.321
Laba Sebelum Pajak	243.499.024	294.073.369	338.486.356	388.613.916	445.804.409
Pajak Penghasilan¹⁶⁾	27.879.854	35.466.005	43.546.589	56.078.479	70.376.102
Laba Bersih	215.619.170	258.607.364	294.939.767	332.535.437	375.428.307

Proforma Cash Flow

Menurut Rangkuti (2010:218), proforma *cash flow* adalah gerakan arus kas masuk dan arus kas keluar. Proforma *cash flow* merupakan kunci utama kegiatan operasional perusahaan dan tidak akan terlepas dari kegiatan yang berhubungan dengan kas.

Proforma Cash Flow

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keferangan	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Arus Masuk						
Modal awal disetor	500.000.000	-	-	-	-	-
Pendapatan	-	412.831.670	464.442.123	522.504.686	587.826.287	661.313.446
Total Arus Masuk	500.000.000	412.831.670	464.442.123	522.504.686	587.826.287	661.313.446
Arus Keluar:						
1. Pembayaran Gaji	-	41.150.000	45.265.000	49.791.500	54.770.650	60.247.715
2. Pembayaran Listrik	-	12.597.086	14.171.925	15.943.641	17.936.844	20.179.222
3. Pembayaran Kebersihan dan Keamanan	-	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
4. Pembayaran Air	-	1.740.000	1.914.000	2.105.400	2.315.940	2.547.534
5. Sewa Toko	38.000.000	-	-	-	-	-
6. Pembelian Perlengkapan	76.913.700	-	-	-	-	-
7. Pembelian Kendaraan Bermotor	16.740.000	-	-	-	-	-
8. Pembelian Peralatan	200.472.500	-	-	-	-	-
9. Biaya Pemagran	-	3.109.000	3.419.900	3.761.890	4.138.079	4.551.887
10. Biaya Pemeliharaan	-	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.000	17.569.200
11. Biaya Telepon	-	1.584.996	1.743.492	1.917.840	2.109.624	2.320.586
12. Pajak Penghasilan	-	27.879.854	35.466.005	43.546.589	56.078.479	70.376.102
Total Arus Keluar	332.126.200	101.260.936	116.500.322	133.038.860	154.918.816	179.549.166
Arus Kas Bersih	-	311.570.734	347.941.801	389.465.826	432.907.471	481.764.280
Beginning Balance	-	167.873.800	471.944.534	747.908.998	1.062.374.824	1.420.282.295
Ending Balance	167.873.800	479.444.534	819.886.335	1.137.374.824	1.495.282.295	1.902.046.575

Proforma Balance Sheet

Balance Sheets (neraca) menurut Rangkuti (2010:108), adalah gambaran posisi keuangan suatu perusahaan pada saat tertentu neraca tidak menggambarkan posisi keuangan setiap saat secara terus menerus. Ada dua hal pokok yang digambarkan dalam neraca, yaitu bagian Aktiva: semua harta yang dalam perusahaan, dan bagian Pasiva: kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan kepada pihak ketiga. Posisi keuangan antara harta dan kewajiban di dalam neraca harus seimbang.

Balance sheet adalah bagian dari laporan keuangan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan tersebut pada suatu akhir periode. Menurut Margaretha (2014 : 408), "Neraca/Balance sheet – laporan sistematis tentang aktiva, utang, serta modal dari pengelola suatu saat tertentu."



Proforma Balance Sheet

Keterangan	01 Januari 2015	31-Des-15	31-Des-16	31-Des-17	31-Des-18	31-Des-19
Aktiva						
Aktiva Lancar:						
Kas	167.873.800	479.444.534	827.386.335	1.216.852.161	1.649.759.632	2.131.523.912
Sewa Toko	38.000.000	-	-	-	-	-
Perlengkapan	76.913.700	-	-	-	-	-
Total Aktiva Lancar	282.787.500	479.444.534	827.386.335	1.216.852.161	1.649.759.632	2.131.523.912
Aktiva Tetap						
Kendaraan Bermotor	16.740.000	16.740.000	16.740.000	16.740.000	16.740.000	16.740.000
Penyusutan Kendaraan		1.506.600	3.013.200	4.519.800	6.026.400	7.533.000
Peralatan Toko	200.472.500	200.472.500	200.472.500	200.472.500	200.472.500	200.472.500
Penyusutan Peralatan Toko		18.042.525	36.085.050	54.127.575	72.170.100	90.212.625
Total Aktiva Tetap	217.212.500	236.761.625	256.310.750	275.859.875	295.409.000	314.958.125
Total Aktiva	500.000.000	716.206.159	1.083.697.085	1.492.712.036	1.945.168.632	2.446.482.037
Passiva						
Modal:						
Modal I/F	500.000.000	500.000.000	716.206.159	1.083.697.085	1.492.712.036	1.945.168.632
Laba Bersih 31/12	-	216.206.159	367.490.926	409.014.951	452.456.596	501.313.405
Total Passiva	500.000.000	716.206.159	1.083.697.085	1.492.712.036	1.945.168.632	2.446.482.037

Analisis Kelayakan Usaha

Break Event Point (BEP) dalam buku Saiman (2014:299) adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya keuntungan, dan volume penjualan / produksi.

Dalam buku Saiman (2014:300) analisis *break event point* (BEP), faktor-faktor biaya dibedakan menjadi sebagai berikut:

- Biaya semivariabel, yaitu biaya yang akan ikut berubah jumlahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional.
- Biaya variabel, adalah biaya yang akan ikut berubah secara proporsional dengan perubahan volume penjualan atau produksi.
- Biaya tetap, adalah biaya yang tidak akan ikut berubah dengan perubahan (kenaikan maupun penurunan) volume produksi atau penjualan.

Break Event Point

Tahun	Fixed Cost (FC)	1-(VC/Sales)	BEP (Rp)
2015	115.008.125	0,769337507	149.489.819
2016	110.039.025	0,781151446	140.867.722
2017	116.712.625	0,78533923	148.614.281
2018	126.494.975	0,789434011	160.235.021
2019	140.789.782	0,772826288	182.175.198

Nilai Sekarang Bersih atau *Net Present Value* menurut Hansen dan Mowen (2009:137) merupakan selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus kas keluar yang berhubungan dengan suatu proyek.

Nilai Sekarang Bersih (NPV) mengukur profitabilitas suatu investasi. Jika suatu proyek memiliki NPV positif, berarti ada peningkatan kekayaan. Nilai *Net Present Value*



(NPV) menandakan investasi awal telah tertutupi, tingkat pengembalian yang diminta telah dipenuhi, dan pengembalian yang melebihi dari investasi awal dan tingkat pengembalian yang diminta telah diterima.

Penilaian investasi Toko Graha Media Copy menggunakan tingkat bunga 7,5%.

(<http://www.bi.go.id/id/moneter/bi-rate/data/Default.aspx>)

Net Present Value (df 7,5%)

Tahun	FAT	Deprsiasi	Net Cash Flow (NCF)	df (7,5%)	PV NCF
2015	215.619.170	19.549.125	235.168.295	0,930232558	218.761.205
2016	258.607.304	19.549.125	278.156.429	0,865332612	240.697.829
2017	294.939.777	19.549.125	314.488.892	0,804960569	253.151.157
2018	332.535.437	19.549.125	352.084.562	0,748800529	263.641.106
2019	375.428.307	19.549.125	394.977.432	0,696558632	275.124.940
				EPV Net Cash Flow (NCF)	1.251.376.237
				PV lo	500.000.000
				NPV	751.376.237

Dengan menggunakan tingkat bunga sebesar 7,5% diperoleh hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 905.220.192,- sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi pada Toko Graha Media Copy dikatakan layak (nilai NPV positif).

Payback Period (PP)

Menurut Hansen dan Mowen (2009:133), *payback period* adalah waktu yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk memperoleh investasi awalnya kembali. Periode pengembalian memberi informasi yang dapat digunakan untuk membantu mengendalikan risiko yang berhubungan dengan ketidakpastian arus kas masa depan, membantu meminimalkan dampak investasi terhadap masalah likuiditas perusahaan, membantu mengendalikan risiko keuangan, membantu mengendalikan pengaruh investasi terhadap ukuran kinerja.

Paybacak Period Untuk Toko Graha Media Copy

Investasi Awal	500.000.000
Proceed Tahun ke-1	235.168.295
	264.831.705

$$PP = (264.831.705 / 278.156.429) \times 12 \text{ Bulan} = 11,42515552 = 11 \text{ bulan}$$

$$0,42515552 \times 30 \text{ hari} = 12,7546656 = 13 \text{ hari}$$

Profitability Index (PI)

Menurut Saiman (2014:298), metode analisis PI (*Profaitability Index*) sangat mirip dengan analisis *Net Present Value* (NPV) karena keduanya menggunakan komponen perhitungan nilai-nilai sekarang (PV= *present value*). Perbedaannya adalah bahwa satuan

1. Dilarang mengutip atau menyalin 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 diperbolehkan untuk kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



yang dipergunakan dalam NPV (*Net Present Value*) adalah nilai uang, sedangkan dalam PI (*Profitability Index*) adalah indeks.

Menurut Saiman (2014:299), kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI yaitu sebagai berikut:

- a. Jika $PI > 1$, maka investasi dikatakan layak
- b. Jika $PI < 1$, maka investasi dikatakan tidak layak
- c. Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP

Initial Investment	500,000,000
PV	1.251.376.230
Profitability Index	2.5027

Nilai PI untuk Toko Graha Media Copy adalah sebesar 2,5027 ($PI > 1$) maka dikatakan layak.

Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Saiman (2014:299), bahwa *internal rate of return* (IRR) dapat didefinisikan sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang (*present value*) dari investasi dengan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Pada saat *Internal Rate of Return* (IRR) tercapai, maka besar *Net Present Value* (NPV) sama dengan 0. Patokan yang dipakai sebagai acuan yang baik tidaknya *Internal Rate of Return* (IRR) biasanya adalah suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibayar sendiri.

Periode	Net Cash Flow	1/DF(49%)	PV Cash Flow	Periode	Net Cash Flow	1/DF(50%)	PV Cash Flow
2014	235.168.295	0,671140939	157.831.070	2014	235.168.295	0,666666666	156.778.863
2015	278.156.429	0,45043016	125.290.045	2015	278.156.429	0,444444444	123.625.079
2016	314.488.892	0,302302121	95.070.659	2016	314.488.892	0,296296296	93.181.894
2017	352.084.562	0,202887329	71.433.496	2017	352.084.562	0,197530864	69.547.568
2018	394.977.432	0,136165993	53.782.494	2018	394.977.432	0,131687242	52.013.489
Total PV of NCF			503.407.765	Total PV of NCF			495.146.893
Initial Investment			500.000.000	Initial Investment			500.000.000
NPV			3.407.765	NPV			-4.853.107

$$IRR = 49\% + [(3.407.765 / (3.407.765 + 4.853.107)) * (50\% - 49\%)] = 49,04\%$$

REKOMENDASI

Usaha yang akan dijalankan adalah usaha jasa *fotocopy* yang diberi nama Toko Graha Media Copy. Lokasi jasa *fotocopy* ini terletak di kota Padang, Sumatera Barat yang beralamat di Jl Dr Hatta No 60, Padang, Sumatera Barat. Usaha jasa *fotocopy* ini akan dibentuk sebagai perusahaan perseorangan. Jasa *fotocopy* rencana akan dibuka di awal tahun 2015.

Pendirian jasa *fotocopy* ini sengaja diambil di kota Padang, Sumatera Barat karena lokasi yang strategis. Di sekitar jasa *fotocopy* terdapat sekolah SMA Muhammadiyah 1, Padang, Sumatera Barat dan Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat.

Mengingat begitu ketatnya persaingan pada industri ini, Toko Graha Media Copy sangat mengutamakan kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen diberikan Toko Graha

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

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



Media Copy melalui kualitas jasa yang baik, pelayanan yang baik dan juga ramah yang dilakukan oleh pemilik kepada konsumen.

Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV) maka Toko Graha Media Copy layak untuk didirikan. Berdasarkan analisis *Profitability Indeks* (PI) didapatkan nilai sebesar 2,502 yang berarti usaha layak didirikan. Kemudian dari hasil perhitungan *Payback Period* (PP) dikatakan bahwa pengembalian modal didapat pada 1 tahun 11 bulan dan 13 hari. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) dikatakan bahwa tingkat pengembalian yang didapatkan adalah sebesar 49,04% dimana hal tersebut lebih besar daripada tingkat suku bunga kredit. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ah Hasan (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus pilihan*, Yogyakarta: *Center for Academic Publishing Service*
- Craven, David W dan Nigel F. Piercy (2009), *Strategic Marketing*, Edisi ke-9, New York: McGraw-Hill Companies. Inc.
- David Fred.R (2010), *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi Ke-12, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat
- David, Fred R. (2013), *Manajemen Strategis Konsep dan kasus*, Edisi 12, England: Pearson Education Limited
- Dessler Gary (2013), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke-13, England: Pearson Education Limited
- Farah Margaretha (2014), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ke-1, Jakarta : PT Dian Rakyat
- Freddy Rangkuti (2010), *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hanse, Don R. dan Maryanne M. Mowen (2009), *Akuntansi Manajerial*, Edisi 8, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat
- H. Buchari Alma (2009), *Pengantar Bisnis*, Bandung: Cv Alfabeta
- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, & Dean A. Shepherd (2013), *Entrepreneurship*, Edisi 9, New York: McGraw-Hill Companies. Inc.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-14, England: Pearson Education Limited
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (2010), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-13, New Jersey: Pearson Education.
- Leonardus Saiman (2014), *Kewirausahaan : Teori, Praktik, dan kasus-kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat
- “Ciri-ciri Usaha Kecil” <http://hendrasahakecil.blogspot.com/> (diakses tanggal 13 Juni 2014)
- “Pengertian *Income Statement*” <http://kamarche99.wordpress.com/2009/01/19/laporan-laba-rugi-income-statement/> (diakses tanggal 19 Juni 2014)
- “Pengertian Kompensasi” <http://www.organisasi.org/1970/01/pengertian-kompensasi-bisnis-macam-kompensasi-sdm-upah-gaji-insentif-tunjangan-dsb.html> (diakses tanggal 19 Juni 2014)
- “Pengertian Proforma *Cash Flow*” http://id.wikipedia.org/wiki/Laporan_arus_kas (diakses tanggal 19 Juni 2014)



- “Pengertian Struktur Organisasi” <http://hmti.wordpress.com/2008/02/22/definisi-dan-pengertian-organisasi/> (diakses tanggal 1 April 2014)
- “Upah Minimum Provinsi Di Seluruh Indonesia” <http://www.gajimu.com/main/gaji/Gaji-Minimum/ump-2014> (diakses tanggal 12 April 2014)
- Tabel Jumlah Penduduk Kota Padang Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin” <http://padangkota.bps.go.id/vertwo/index.php?hal=tabel&id=4> (diakses tanggal 18 Juni 2014)
- Tabel Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Padang menurut Lapangan Usaha” <http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/sumbar/padang.pdf> (diakses tanggal 16 November 2013)
- Tabel Proyeksi Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Padang tahun 2014-2019” http://www.datastatistikindonesia.com/proyeksi/index.php?option=com_proyeksi&task=show&Itemid=941 (diakses tanggal 16 Desember 2013)
- Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia (BI)” <http://www.bi.go.id/id/perbankan/suku-bunga-basar/Default.aspx> (diakses tanggal 10 Juni 2014)
- Tujuan dan Fungsi Anggaran Penjualan” <http://mailza-web.blogspot.com/2011/12/tujuan-dan-fungsi-anggaran-penjualan.html> (diakses tanggal 19 Juni 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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.