



ABSTRACT

Rahmat/ 71110038 / 2016 / The Business Plan of the founder of Vaporizer “Vapehouse” in Mangga Besar I – West Jakarta / Adviser : Wiwin Prastio, Drs., M.M.

Vapehouse is a company that provides many kinds of Vaporizer and Liquid. Vapehouse planned to develop in Mangga Besar, West Jakarta to address Mangga Besar 1 No. 5

An overview towards the industry and analysis of strength, weakness, opportunities and threats within the business shows that there's a prospect that if we can maximize our strengths and opportunities to overcome our weakness and threats, surely it is a good business to run.

The initial investment of Vapehouse is IDR 90.000.000. This fund purely come from the owner, Rahmat, that makes it as a sole proprietorship business and the funds will allocate for building rent fee, building renovation, equipment for operational, and cash reserves.

The assessment of Vapehouse performance was done by preparing financial statements, consisting of : income statement proforma, cash flow projection, and balance sheet proforma. Moreover, the feasibility studies of Vapehouse was done by using several methods of investment appraisal such as : Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), Payback Period (PP) and Internal Rate of Return (IRR). From those assessment and studies, it resulted that Vapehouse has a positive NPV worth IDR 335.713.151, profitability index value 4,73, payback period for 2 and 6 month, and the value internal rate of return is 78%. Thus, Vapehouse is a viable business to run.

PENDAHULUAN

Merokok sudah merupakan kebiasaan yang menjadi keseharian dari sebagian masyarakat di Indonesia. Walaupun sudah mengetahui bahaya dari merokok, namun perokok tetap saja tidak bisa merubah atau berhenti dari kebiasaan buruk ini. Namun sekarang ada solusi bagi orang-orang yang ingin berhenti merokok, yaitu dengan menggunakan produk *Vaporizer* yang berfungsi hampir sama dengan rokok yaitu menghasilkan asap. Beda *Vaporizer* dengan rokok yaitu tidak menggunakan tembakau yang dibakar, namun menggunakan cairan atau biasa disebut dengan *e-liquid*. Penulis merasa bisnis ini mempunyai prospek yang baik mengingat jumlah perokok aktif yang ada di Indonesia.

A. Nama dan Alamat Perusahaan

Nama Perusahaan	: <i>Vapehouse</i>
Bidang Usaha	: Distribusi produk <i>Vaporizer</i>
Jenis Usaha	: Jasa
Alamat Perusahaan	: Jl. Mangga Besar I, no. 5, Jakarta Barat
Nomor Telepon	: 021-6255173
Alamat Email	: <i>vapehouse@gmail.com</i>

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

Copyright © 2016 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengemukakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

Nama Pemilik : Rahmat
Jabatan : Owner / Pemilik
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 17 Juli 1993
Alamat : Jalan Mangga Besar I, no.5, Jakarta Barat
Nomor Handphone : 085719577982
Email : rahmat_doank@hotmail.com

C. Bidang Usaha

Vapehouse adalah perusahaan perorangan yang bergerak dalam bidang jasa yaitu mendatangkan produk *vaporizer* dari China. *Vaporizer* adalah sebuah temuan untuk menggantikan rokok yang sudah terbukti merusak kesehatan manusia baik perokok aktif maupun pasif. *Vaporizer* biasa disingkat menjadi *vape* agar mudah disebut.

ANALISIS INDUSTRI

Menurut Teguh S. Pamudi (2012) industri adalah “Sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk yang dapat saling menggantikan satu sama lain”. Memahami industri berarti melakukan analisis terhadap industri dari pada bisnis yang akan dijalankan. Analisis industri perlu dilakukan oleh para wirausahawan agar dapat mengetahui keadaan serta kondisi dari pada trend industri yang saat ini dan kedepannya akan menjadi landasan dari pada bisnis yang akan dijalankan, sehingga bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik serta mampu meminimalisir resiko maupun berbagai ancaman yang mungkin muncul.

A. Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan sangatlah diperlukan agar dapat mengetahui bagaimana perkembangan usaha yang akan dibangun di kemudian hari dan sebagai sarana untuk meminimalisasi risiko yang terdapat dalam suatu usaha, dan juga menjadi salah satu usaha untuk menghadapi kemungkinan terburuk dalam suatu usaha yaitu mengalami kerugian. Oleh karena itu, perlu dipelajari bagaimana perilaku konsumen, daya beli, dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen.

1. Konsep Bisnis

Konsep dari perusahaan *Vapehouse* ini adalah menawarkan produk pengganti rokok bagi para perokok yang ingin mencoba untuk berhenti merokok. *Vapehouse* menyediakan produk vapor dengan berbagai bentuk dan liquid yang bervariasi untuk konsumen agar tidak bosan dan dapat mengganti rasa sesuai dengan keinginan masing-masing orang. Maka dengan adanya perusahaan *Vapehouse* ini, para perokok dapat berhenti dari kebiasaan merokok yang buruk dan mengganggu orang lain.

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



2. Visi dan Misi

a. Visi

Menurut Fred R. David (2011:87), "Pernyataan visi mencoba memberi jawaban atas pertanyaan "ingin menjadi seperti apa kita? Visi yang sama menciptakan kebersamaan kepentingan yang dapat mengangkat para pekerja keluar dari kemonotonan kerja sehari-hari serta menuntun mereka ke dunia baru yang ditandai oleh peluang dan tantangan.

Visi dari *Vapehouse* adalah menjadi perusahaan yang diakui dan dikenal oleh masyarakat khususnya para perokok dan menjadi perusahaan dengan penjualan terbesar di Jakarta.

b. Misi

Menurut Fred R. David (2011:84), misi adalah sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan yang paling penting, "Apakah bisnis kita?" Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi

Inti dari sebuah misi adalah hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapai. Berikut adalah misi dari perusahaan *Vapehouse*:

- (1) Menawarkan produk-produk *Vapehouse* ke kantor-kantor, perusahaan, dan juga universitas dimana ada perokok.
- (2) Menerapkan Total Quality Management (TQM) pada setiap proses bisnis *Vapehouse*.
- (3) Menyediakan berbagai macam bentuk vapor dan liquid yang diminati orang banyak, serta memberikan servis yang memuaskan.
- (4) Mengikuti perkembangan tren zaman dengan menjual produk-produk vapor yang terbaru di pasar.

c. Tujuan Perusahaan

Tujuan dari *Vapehouse* terbagi menjadi beberapa tujuan yakni tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, tujuan jangka panjang. Berikut detail dari tujuan-tujuan tersebut:

(1) Tujuan Jangka Pendek

Tujuan jangka pendek *Vapehouse* adalah dikenal oleh masyarakat Jakarta, sebagai perusahaan vapor yang menjual produk berkualitas.

(2) Tujuan Jangka Menengah

Tujuan jangka menengah *Vapehouse* adalah mencapai *breakeven point*

(3) Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang *Vapehouse* adalah, memperluas daerah penjualan ke daerah Jabodetabek.

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 IBI KKG.

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



GAMBARAN USAHA

A. Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009:358) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk dibagi menjadi 10 kategori termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, manusia, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Vapehouse termasuk pada perusahaan yang membuat barang yang *tangible* (berwujud) dan *durable* (tahan lama) karena yang dijual oleh Vapehouse adalah produk yang dapat dikonsumsi terus-menerus dan tahan lama. Produk Vapehouse juga termasuk dalam klasifikasi *Consumer-goods* karena langsung digunakan oleh konsumen langsung dan masuk dalam kategori *speciality goods* karena produk yang dijual oleh Vapehouse adalah produk khusus yang dijual untuk dikonsumsi oleh remaja diatas 17 tahun atau oleh perokok. Berikut adalah informasi mengenai macam-macam produk yang dijual oleh Vapehouse:

Tabel 3.1
Produk-Produk Vapehouse

No.	Produk	Keterangan	Harga (Rp)
1	Mod dan Automizer	1. Vamo	550.000
		2. IStick	600.000
		3. Hanna Mod	1.000.000
		4. Sigelei	1.000.000
		5. SMOK RSBT	400.000
		6. Plumeveil	250.000
		7. Magma	250.000
2	Liquid	1. Ejuice	50.000
		2. Hand of Midas	120.000
		3. Madhouz	120.000
		4. Anna & "Jane"	120.000
		5. Mother's Milk	220.000
3	Kawat Kantal	1. 30 awg	50.000
		2. 28 awg	50.000
		3. 26 awg	50.000
4	Baterai	1. 18650	100.000
		2. 18550	80.000
		3. 18350	60.000

Sumber: Vapehouse

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



PERENCANAAN JASA DAN OPERASIONAL

A. Deskripsi Rencana Operasi

Berikut adalah rencana operasi dari usaha *Vapehouse*:

1. Melakukan perhitungan bisnis

Yang dimaksud dengan melakukan perhitungan bisnis, adalah melihat kebutuhan dana dari perusahaan yang diperlukan agar perusahaan dapat berjalan, dan menilai apakah bisnis ini layak untuk dijalankan atau tidak.

2. Melakukan survey lokasi

Survey lokasi harus dilakukan agar perusahaan mengetahui dimana tempatnya akan melakukan operasi bisnisnya. Lokasi yang tepat akan mendukung aktivitas perusahaan agar, sehingga perusahaan penting untuk melakukan survey lokasi agar dapat menentukan tempat usaha yang tepat.

3. Menentukan tempat sewa perusahaan

Setelah melihat lokasi-lokasi yang di daerah-daerah yang diminati, perusahaan harus segera menetapkan dimana perusahaan akan beroperasi. Agar tidak ada perusahaan lain yang mendahului

4. Mendesain tata ruang perusahaan

Dalam perencanaan penataan ruangan, peralatan dan perlengkapan perusahaan harus diletakkan di tempat yang seharusnya. Penataan ruangan yang baik akan berpengaruh terhadap efektifitas dan efisiensi perusahaan, selain itu juga dapat berpengaruh terhadap keselamatan kerja perusahaan. Penempatan dari barang-barang juga harus maksimal, dan tidak menyia-nyiakan tempat yang telah disewa oleh perusahaan.

5. Membuat SOP perusahaan

Perusahaan harus memiliki *Standard Operation Procedure* (SOP) agar perusahaan perusahaan mengetahui apa yang harus dilakukan dalam sehingga perusahaan dapat tetap berjalan dengan baik.

6. Melakukan renovasi tempat usaha

Perusahaan biasanya dituntut harus melakukan renovasi tempat, karena tempat yang disewa belum tentu sesuai dengan denah perusahaan, agar perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Sehingga perusahaan harus dapat mendesain tempat kerja yang efektif dan tidak lupa juga memperhatikan keselamatan kerja karyawan.

7. Mencari pemasok

Perusahaan sebaiknya mencari pemasok-pemasok perusahaan. Yang dilihat saat membeli dari pemasok adalah kualitas dari barang yang dijual oleh pemasok, harga yang ditawarkan dan ketepatan waktu pengantaran. Maka dari itu pencarian pemasok harus dilakukan, dan para pemasok harus dipilih secara tepat agar perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



8. Membeli perlengkapan dan peralatan

Perlengkapan dan peralatan harus dibeli oleh perusahaan yang memiliki fungsi untuk membantu jalannya operasi perusahaan. Pembelian peralatan dan perlengkapan harus dipilih secara seksama, jangan sampai terlalu membebani perusahaan sehingga biaya perusahaan menjadi besar, dan juga tidak melupakan untuk membeli peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh perusahaan

9. Membuat *job description*

Sebagai pemilik dari perusahaan yang kecil, harus mampu membuat deskripsi pekerjaan dari masing-masing jabatan secara efektif. Di dalam *job description* perusahaan harus menjabarkan tentang pekerjaan dari orang yang memangku jabatan tersebut, dan juga tanggung jawab dari orang tersebut. Hal ini dilakukan untuk menghindari hal-hal seperti pekerjaan yang dilakukan dua kali oleh orang yang berbeda, yang dapat berpengaruh terhadap efisiensi perusahaan.

10. Melakukan rekrutmen tenaga kerja

Setelah deskripsi pekerjaan didesain dengan baik, perusahaan hendak untuk melakukan rekrutmen pegawai-pegawai yang akan bekerja di perusahaan. Namun dalam melakukan rekrutment perusahaan harus memiliki standar atau kriteria tertentu.

11. Membuat rencana promosi

Promosi harus dilakukan oleh khususnya perusahaan-perusahaan baru. Tujuan perusahaan melakukan promosi adalah memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, dan juga menarik para konsumen baru untuk membeli produk perusahaan.

12. Melakukan promosi

Setelah melakukan perencanaan promosi, perusahaan melakukan promosi-promosi tersebut melalui bermacam-macam media

13. Pembukaan perusahaan

Setelahnya perusahaan membuat deskripsi rencana operasi, perusahaan membuat jadwal untuk kegiatan operasional diatas

PERENCANAAN PEMASARAN

A. Harga

Harga merupakan salah satu elemen dalam *Marketing Mix* (4P). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76) harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Seorang manajer harus dapat menetapkan harga yang tepat. Seorang manajer juga harus dapat mengetahui reaksi konsumen setelah harga produk ditentukan, maka dari itu seorang manajer harus menentukan *markups*, diskon, dan lain sebagainya yang dapat berhubungan terhadap penjualan.

B. Distribusi

Distribusi merupakan salah satu elemen yang penting pada *Marketing Mix* untuk produk yaitu *Place* yang artinya adalah aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan agar dapat menyalurkan produk kepada konsumen yang ditargetkan (Kotler dan Armstrong (2012:76)).



Jika berbicara mengenai elemen ini berarti kita membicarakan mengenai saluran, jangkauan, lokasi, dan lain sebagainya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:367) ada dua jenis saluran distribusi dapat digunakan oleh *Vapehouse* yaitu saluran langsung (*direct marketing channel*) yaitu perusahaan menjual produk langsung kepada konsumennya tanpa ada pihak di tengah-tengahnya, dan juga saluran tidak langsung (*indirect marketing channel*) yaitu perusahaan menjual produk melalui penengah yang jumlah 1 atau lebih sehingga perusahaan tidak langsung menjual kepada pemakai akhir melainkan kepada bisnis lain yang diperuntukan untuk dijual kembali. Namun pada awal pembukaan, *Vapehouse* hanya melakukan *direct marketing channel*.

C. Promosi

Promosi merupakan salah satu elemen yang penting pula dalam bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76) yang dimaksud dengan promosi adalah segala macam aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menarik atau memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan pembelian produk. Kegiatan promosi yang baik dan tepat dilakukan oleh perusahaan akan membawa perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

D. Ramalan Penjualan

Menurut Saiman (2009:221) Ramalan penjualan adalah ramalan mengenai seberapa banyak (dalam unit dan atau satuan uang) atas produk atau jasa yang akan dibeli dalam suatu pasar selama periode waktu tertentu, yaitu:

1. Menaksir/penilaian kelayakan usaha baru
2. Membantu dalam perencanaan produk, skedul, dan penetapan tingkat persediaan.

Melihat perkembangan pergerakan gaya hidup masyarakat yang mulai mengarah kepada gaya hidup yang sehat. *Vapehouse* memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar tersebut.

PERENCANAAN ORGANISASI

A. Bentuk Kepemilikan

Berdasarkan teori di atas, mengenai bentuk kepemilikan usaha *Vapehouse*, maka penulis memutuskan untuk memiliki perusahaan dengan bentuk kepemilikan perseorangan. Dengan bentuk kepemilikan usaha secara perseorangan, pemilik *Vapehouse* bertanggung jawab atas semua laba atau rugi, hutang dan juga pajak yang dimiliki oleh *Vapehouse*.

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sebuah bagian yang penting di dalam sebuah bisnis. Dengan adanya struktur organisasi pada sebuah perusahaan, maka dapat digambarkan wewenang dan tanggung jawab dari pemegang jabatan masing-masing. Perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang baik juga akan lebih mudah untuk melakukan kontrol atau pengendalian dari atasannya kepada para bawahan.

Menurut Robbins dan Coulter (2012:277) ada beberapa jenis struktur organisasi tradisional yaitu struktur organisasi sederhana, struktur organisasi fungsional dan struktur organisasi divisional. Melihat teori yang dikemukakan oleh beliau, *Vapehouse* masuk



kedalam perusahaan dengan struktur organisasi secara sederhana karena struktur organisasi yang dimiliki oleh *Vapehouse* berpusat pada satu orang manager.

C. Balas Jasa

Menurut Dessler (2013:378) yang dimaksud dengan kompensasi karyawan adalah segala macam bentuk pembayaran untuk karyawan tersebut. Kompensasi karyawan dibagi dua yaitu yang pertama adalah *direct financial payments* atau pembayaran finansial secara langsung seperti upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus. Yang kedua adalah *indirect financial payments* atau pembayaran finansial secara tidak langsung seperti asuransi karyawan, dan lain sebagainya.

D. Jam Operasional

Menurut Undang-Undang yang dikemukakan pada Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Menteri no.102/MEN/VI/2004 yang dimaksud dengan waktu kerja adalah waktu yang digunakan untuk melakukan pekerjaan pada satu periode tertentu. Waktu kerja pada perusahaan *Vapehouse* dapat diartikan sebagai jam operasional perusahaan.

PENILAIAN RISIKO

Seperti yang tertera di kamus besar Bahasa Indonesia, yang didefinisikan dengan risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Jika sebuah perusahaan berani untuk mengambil risiko yang tinggi maka pengembaliannya pun akan tinggi namun juga tergantung dari keahlian perusahaan untuk mengelola risiko tersebut.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan oleh pebisnis untuk melakukan penilaian risiko, berikut adalah salah satu cara yang dapat digunakan oleh pebisnis untuk melakukan penilaian risiko:

A. Evaluasi Kelemahan dari Bisnis

Dalam melakukan perencanaan bisnis, penting bagi seorang pebisnis untuk melakukan analisis kelemahan usaha, selain berfokus terhadap kekuatan yang dimiliki oleh bisnis tersebut. Kelemahan-kelemahan bisnis bisa menjadi penghambat bisnis untuk berkembang, bahkan dapat mengancam keberlangsungan bisnis tersebut. Maka dari itu penulis melakukan evaluasi kelemahan bisnis agar dapat mengetahui kelemahan dari bisnis tersebut, dan dapat memformulasikan strategi-strategi yang cocok untuk mengatasi kelemahan bisnis tersebut.

B. Teknologi – Teknologi Baru

Tujuan penggunaan teknologi adalah untuk mempermudah proses produksi, pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan, komunikasi, dan lain sebagainya bagi bisnis terkait. Maka dari itu perusahaan seharusnya memiliki teknologi-teknologi yang dapat membantu perusahaan untuk mempermudah hal-hal tersebut. Namun apabila perusahaan melakukan pembelian terhadap teknologi-teknologi yang ternyata tidak membantu hal-hal tersebut maka dapat dikatakan perusahaan tidak efektif.

C. Rencana Pengendalian

Pengendalian risiko sangatlah penting untuk dilakukan di sebuah bisnis. Pengendalian risiko yang benar maka akan membuat perusahaan memiliki keunggulan kompetitif terhadap para pesaingnya. Tujuan perusahaan menggunakan pengendalian risiko ini adalah untuk

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



mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin akan mempengaruhi bisnis dan juga memformulasikan strategi-strategi untuk meminimalisir risiko-risiko tersebut dan bahkan menghindari risiko tersebut agar bisnis tidak terpengaruhi. Dengan analisis risiko yang baik maka dapat dipastikan jalannya perusahaan *Vapehouse* akan baik dan lancar.

PERENCANAAN KEUANGAN

Perencanaan keuangan menentukan cara-cara bagaimana bisnis akan didanai. Rencana ini juga akan menentukan kelayakan bisnis yang akan dijalankan. Perencanaan keuangan merupakan hal yang penting bagi manajer, karena perencanaan keuangan digunakan untuk mengevaluasi perusahaan dan untuk mendeteksi kekurangan-kekurangan yang dapat diperbaiki dan berbagai kelebihan yang dapat dieksploitasi.

A. Kebutuhan Dana

Dalam memulai suatu bisnis maka diperlukan biaya yang disebut dengan biaya modal. Penganggaran modal ialah investasi jangka panjang untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang, atau pengeluaran modal saat ini untuk memperoleh keuntungan masa mendatang dalam jangka panjang. Berikut ini merupakan dana yang dibutuhkan perusahaan *Vapehouse*: Total kebutuhan dana perusahaan *Vapehouse* sebesar Rp. 90.000.000. Kas awal yang dimiliki akan digunakan untuk pembelian stok pada bulan berikutnya.

B. Biaya Pemasaran Tahunan

Dalam memasarkan produknya perusahaan *Vapehouse* melakukan pemasaran melalui *website*.

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan *Vapehouse* pada tahun pertama lebih besar jika dibandingkan dengan tahun berikutnya. Hal ini disebabkan pada awal pembukaan, *Vapehouse* melakukan memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan agresif. Biaya pemasaran diasumsikan meningkat 10% setiap tahun diakibatkan inflasi.

C. Biaya Tenaga Kerja

Dalam melaksanakan kegiatan perusahaan, *Vapehouse* memerlukan tenaga kerja untuk melaksanakannya. Sehingga diperlukan biaya tenaga kerja perusahaan *Vapehouse*. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan *Vapehouse* untuk membiayai penggunaan tenaga kerja yang bekerja di perusahaan *Vapehouse*. Biaya tenaga kerja diasumsikan akan meningkat 10% setiap tahun dikarenakan inflasi.

D. Biaya Sewa dan Renovasi

Perusahaan *Vapehouse* akan menyewa tempat yang akan dijadikan lokasi usaha. Biaya sewa tidak akan mengalami kenaikan pertahunnya sesuai kesepakatan. Renovasi akan dilakukan pada tahun pertama, biaya renovasi sebesar Rp. 2.000.000.

E. Biaya Utilitas

Biaya utilitas merupakan biaya variable yang digunakan untuk membantu berjalanya kegiatan operasional perusahaan. Biaya utilitas perusahaan *Vapehouse* adalah biaya listrik, telepon, air, dan internet. Biaya utilitas yang diproyeksikan oleh perusahaan *Vapehouse* diasumsikan akan mengalami peningkatan sebesar 10% setiap tahunnya yang dikarenakan inflasi. Berikut adalah perincian biaya utilitas yang dikeluarkan perusahaan *Vapehouse*:



1. Biaya Listrik

Golongan tariff listrik yang dikenakan kepada usaha perusahaan *Vapehouse* adalah B-1/TR untuk keperluan bisnis kecil dengan batas daya 2.200 VA-5.500 VA. Tarif yang digunakan perusahaan *Vapehouse* sebesar Rp. 800.000/bulan dengan asumsi peningkatan 10% setiap tahun karena inflasi.

2. Biaya Telepon

Telepon digunakan dalam kegiatan operasional dan administrasi perusahaan *Vapehouse* seperti menghubungi pemasok, dan menerima pesanan pelanggan. Biaya telepon diasumsikan akan meningkat sebesar 10% setiap tahun berdasarkan inflasi.

3. Biaya Air

Air digunakan dalam kegiatan perusahaan *Vapehouse*. Berdasarkan kelom poknya perusahaan *Vapehouse* termasuk dalam 3CI yaitu usaha kecil. Proyeksi biaya air setiap tahunnya diasumsikan akan meningkat sebesar 10% setiap tahun karena inflasi.

4. Biaya Internet

Perusahaan *Vapehouse* menggunakan fasilitas *wifi* untuk kegiatan perusahaan. Sehingga internet merupakan hal penting dalam menjalankan bisnis perusahaan *Vapehouse*. Layanan internet yang digunakan oleh perusahaan *Vapehouse* adalah layanan dari FastNet 10mbps sebesar Rp. 389.000/bulan. Layanan produk FastNet merupakan layanan internet khusus yang didedikasikan dan ideal untuk kantor kecil. Pada awal pemasangan ada biaya pemasangan instalasi sebesar Rp. 200.000. (http://firstmedia.com/packages#Ultimate_HD diakses 25 Desember 2015).

F. Biaya Peralatan dan Perlengkapan

Dalam menjalankan bisnis perusahaan *Vapehouse*, diperlukan peralatan dan perlengkapan yang mendukung berjalannya operasional bisnis perusahaan *Vapehouse*. Peralatan merupakan barang yang dapat digunakan dalam jangka yang relative lebih lama dan mengalami penyusutan.

G. Biaya Akumulasi Depresiasi Peralatan

Penyusutan merupakan biaya yang dapat disusutkan suatu asset salam umur manfaatnya. Penyusutan peralatan terjadi akibat penggunaan aktiva tetap, dimana aktiva tetap akan mengalami penurunan fungsi selama umur manfaatnya. Penyusutan merupakan cadangan yang nantinya akan digunakan untuk membeli aktiva baru menggantikan aktiva lama yang sudah tidak produktif lagi. Penyusutan peralatan dihitung dengan metode garis lurus, dengan masa manfaat peralatan perusahaan *Vapehouse* selama lima tahun. Metode garis lurus menganggap, aktiva tetap akan memberikan kontribusi yang merata (tanpa fluktuasi) di sepanjang masa penggunaannya, sehingga aktiva tetap akan mengalami tingkat penurunan fungsi yang sama dari period ke periode.

H. Biaya Pembelian Stok Produk

Biaya pembelian stok produk merupakan biaya yang merencanakan kuantitas pembelian bahan baku yang harus dibeli perusahaan *Vapehouse* untuk memenuhi kebutuhan produksi dari waktu ke waktu di periode yang akan datang.



I. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah harga pokok persediaan yang telah dijual perusahaan pada pelanggan. Harga pokok penjualan juga terikat pada periode waktu tertentu.

J. Perhitungan Tarif Pajak Penghasilan

Besarnya tarif pajak penghasilan berdasarkan ketentuan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan, besarnya tarif pajak penghasilan yang diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan Wajib Pajak Luar negeri yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia melalui suatu bentuk usaha tetap di Indonesia, sebagai berikut:

1. Sampai dengan Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tarif pajak 5%
2. Di atas Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 250.000.000 (dua ratus lima puluh juta rupiah) tarif pajak 15%
3. Di atas Rp. 250.000.000 (dua ratus lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Tarif Pajak 25%
4. Di atas Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Tarif pajak 30%

K. Perkiraan Laporan Laba atau Rugi (*Proforma Income Statement*)

Laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang mengukur jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu, terdiri dari pendapatan dikurangi beban periode itu. Di dalamnya terdapat informasi mengenai *in flow* asset (revenues), *outflow* asset (*expenses*) dan kenaikan atau penurunan yang dihasilkan oleh semua kegiatan tersebut. Laporan laba rugi menjelaskan pendapatan dan pengeluaran pada periode waktu tertentu dan dapat menjawab pertanyaan tentang besarnya laba atau kerugian yang dihasilkan oleh perusahaan, dan variable-variabel pendapatan serta pengeluaran. Dengan rumus sederhana sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} - \text{Beban} = \text{Laba}$$

L. Perkiraan Laporan Arus Kas

Kas adalah unsur pokok dalam semua keputusan perusahaan, bukan pendapatan atau keuntungan dan oleh karena itu hasil yang diharapkan akan diperoleh dari suatu proyek akan dinyatakan atau diekspresikan kedalam bentuk arus kas. Hasil yang diharapkan dari suatu proyek adalah berupa aliran kas bukan laba atau pendapatan. Kas merupakan faktor sentral dalam pengambilan keputusan investasi. Penilaian usul investasi menggunakan konsep *cash flow* dan tidak menggunakan konsep laba karena dengan kas perusahaan dapat melakukan investasi kembali yaitu dari dana yang berasal dari depresiasi. Terdapat dua jenis *cash flow* yaitu, aliran kas keluar dan masuk. Kas keluar ialah arus kas yang terjadi dari kegiatan transaksi yang mengakibatkan beban pengeluaran kas dan diperlukan untuk investasi baru. Aliran kas masuk yaitu arus kas yang terjadi dari kegiatan transaksi yang melahirkan keuntungan (penerimaan kas) atau sebagai hasil dari investasi baru yang disebut *proceeds*.

M. Perkiraan Neraca

Neraca keuangan adalah laporan posisi keuangan perusahaan pada periode tertentu. Neraca keuangan memuat semua informasi mengenai semua sumber dana dan *equity*. Neraca memiliki rumusan sederhana sebagai berikut:

$$\text{Total Aktiva} = \text{Total Kewajiban} + \text{Ekuitas pemegang saham}$$



Neraca keuangan mencerminkan semua transaksi yang dimuat oleh perusahaan pada periode tertentu. Aktiva menggambarkan sumber-sumber yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan kewajiban dan ekuitas pemegang saham, menunjukkan bagaimana sumberdaya dibiayai.

Analisis Kelayakan Investasi

1. Break Even Point

Break Even Point atau analisis titik impas adalah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba.

2. NPV (Net Present Value)

Net Present Value (NPV) biasa disebut juga sebagai nilai bersih sekarang merupakan salah satu cara untuk menilai kelayakan usaha. NPV merupakan perbandingan antara kas bersih berjalan atau PV dengan PV investasi disebut dengan NPV. NPV positif berarti keseluruhan dari pada PV berjalan yang diharapkan lebih besar dari pada PV investasi, maka usaha tersebut layak untuk dilaksanakan. Sebaliknya apabila NPV negatif, maka usaha tersebut tidak layak. Dalam menghitung NPV, perusahaan *Vapehouse* menggunakan tingkat suku bunga rata-rata dari 4 bank besar di Indonesia, yaitu CIMB Niaga, Bank Mandiri, Bank Danamon, dan Bank BRI sehingga besaran *discount factor* yang digunakan adalah sebesar 19.77%.

3. Profitability Index

Perhitungan *Index Profitability* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai penerimaan bersih sekarang dengan nilai pengeluaran investasi sekarang selama umur investasi. Bisnis dikatakan layak apabila hasil PI lebih besar daripada 1 ($PI > 1$), dan ditolak apabila hasil PI lebih kecil dari 1 ($PI < 1$).

4. Payback Period

Payback Periode merupakan salah satu metode penilaian untuk mengetahui lamanya jangka waktu pengembalian atas suatu investasi. Dinyatakan layak apabila hasil *Payback Periode* lebih kecil dari umur investasi yaitu 5 tahun. Menghitung *Payback Periode* adalah dengan melihat besaran kas bersih yang diperoleh setiap tahunnya.

5. Internal Rate of Return

Internal Rate of Return (IRR) diartikan sebagai tingkatan bunga yang akan menjadikan nilai sekarang yang sedang berjalan yang diharapkan akan diterima sama dengan nilai sekarang dari pada PV investasi atau pengeluaran modal. Maksudnya IRR adalah suatu tingkat bunga atau diskonto yang menghasilkan NPV suatu investasi sama dengan nol.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert N. & Vijay Govindarajan (2007) *Management Control Systems*, Twelfth Edition, Boston: McGraw-Hill
- Berk, Jonathan & Peter DeMarzo (2009), *Corporate Finance: The Core*, Boston: Pearson Education
- David, Fred R. (2011), *Strategic Management: Concept and Cases*, 13th Edition, Boston: Pearson Education



David, Fred R. (2013), *Strategic Management: Concepts and Cases*, Fourteenth Edition, Global Edition, South Carolina: Pearson Prentice Hall

Dessler, Gary (2013) *Human Resource Management*, Thirteenth Edition, Kendallville: Pearson Prentice Hall

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2009), *Marketing Management*, 13th Edition, London: Pearson Education

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2012) *Principles of Marketing*, Fourteenth Edition, Westford: Pearson Prentice Hall

Robert D. Hisrich, Michael P. Peters & Dean A. Shepherd (2013), *Entrepreneurship : Ninth Edition*, Singapore: McGraw-Hill.

Robbins, Stephen P. & Mary Coulter (2012) *Management*, Eleventh Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall

Saiman, Leonardus (2009), *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, Jakarta: Salemba Empat

Umar, Husein (2009), *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, Edisi 3 Revisi, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Waluyo (2013), *Perpajakan Indonesia*, Edisi ke-11, Buku 1, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No 13 Tahun 2003 Tentang Peraturan Ketenagakerjaan*.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013, Penyerdehanaan Aturan Pajak, Sumber: <http://www.pajak.go.id/content/news/penyederhanaan-aturan-pajak-dalam-peraturan-pemerintah-nomor-46-tahun-2013> (diakses 17 Agustus 2015)

Peraturan Menteri No. 102/MEN/VI/2004, Mengenai Waktu Kerja dan Upah Kerja Lembur, Sumber: http://jdih.depnakertrans.go.id/data_puu/peraturan_file_186.pdf (diakses 28 Agustus 2015)

Statistik Perokok dari Kalangan Anak-anak dan Remaja, <http://sosbud.kompasiana.com/2014/09/11/indonesia-peringkat-3-di-dunia-628501.html> (Diakses 15 Juli 2015)

Negara dengan Jumlah Perokok Terbesar di Dunia,

<https://nusantaranews.wordpress.com/2009/05/31/10-negara-jumlah-perokok-terbesar-di-dunia/> (Diakses 15 Juli 2015)



Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS