



## RENCANA BISNIS

### PENDIRIAN USAHA MINUMAN

#### “HEALTHY JUICE”

#### DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Cindy Tjakra Surya

Mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business

Muhamad Fuad, S.E.,M.P.

Dosen Pembimbing

#### ABSTRACT

Cindy Tjakra Surya / 77120319 / 2016 / The Business Plan of The Establishment of “*Healthy Juice*” / Business Administration / Advisor :Muhamad Fuad, S.E.,M.P.

*Healthy Juice* is a company engaged in the field of culinary juice, which is planned to use stand in a department store at Mall Artha Gading. *Healthy Juice* is planned to be established at Jakarta's shopping town. The intended target market is people who have a busy lifestyle that likes to buy food or drink outside. They are too busy to prepare their meal, so they choose to buy it from restaurant or store.

According to industry forecasting and analytical results from strength, weakness, opportunities, and threats within the business, it shows there's a good prospect if this business can maximize the use of strength and the use of opportunities to overcome weakness and threats, so the business can run smoothly.

The initial investment required by *Healthy Juice* is IDR 200.000.000,-. This capital funds that will be provided by parents to the *Healthy Juice* owner. The capital will be allocated to the cash requirements, stand rental place, the purchase of equipment, supplies, and raw materials.

*Healthy Juice* requires 5 employees in carrying out operations consisting of a manager, a production, a sales assistant, a marketing assistant and an financial assistant.

The assessment of *Healthy Juice* performance has been assessed financially through income statement performa, cash flow projection, and balance sheet proforma. Moreover, the feasibility studies of *Healthy Juice* was done by using several methods of investment appraisal, such as Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) and Profitability Index (PI). From those assessment and studies, the result is *Healthy Juice* has a positive NPV worth IDR 93.049.639; BEP value annually less than income, payback period for 2 year 10 month and 17 days, the value of internal rate of return is 14,06% and the ratio for Profitability Index is 1,46. Therefore *Healthy Juice* is a good business.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



## PENDAHULUAN

Makanan dan minuman adalah sumber energi untuk tubuh manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dan pola makan yang baik akan menghasilkan energi yang lebih sehat untuk melindungi tubuh kita dari penyakit. Era modern yang serba instan dan penuh dengan makanan dan minuman yang mengandung bahan-bahan yang tidak layak untuk diproses oleh tubuh dan menyebabkan hari ini Indonesia termaksud negara dengan jumlah obesitas yang tinggi, bahkan Indonesia masuk pada 10 besar negara dengan tingkat obesitas tertinggi. Belum lagi pengusaha yang berjualan secara licik dengan menjual makanan atau minuman yang sudah tidak layak dikonsumsi dengan kandungan gula, garam dan minyak yang tinggi

Kebiasaan untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang tidak sehat ini salah satu alasan utamanya yaitu kesibukan masyarakat saat ini mulai dari sekolah, kuliah, bekerja hingga berbisnis. Menyebabkan manusia lebih memilih membeli makanan dan minuman dari luar karena membutuhkan lebih banyak waktu untuk memasak dirumah. Kesadaran masyarakat terhadap pola makan yang sehat juga sudah mulai terlihat.

Melihat peluang inilah pemilik memiliki ide untuk menciptakan sebuah produk minuman jus sehat dalam kemasan botol yang diberi nama *Healthy Juice*. Nama *Healthy Juice* ini memiliki arti jus sehat dalam bahasa Indonesia. Penulis ingin menawarkan sebuah produk minuman yang sehat dan cocok untuk konsumen yang sibuk tetapi juga ingin menjaga kesehatan tubuhnya.

Healthy Juice merupakan perusahaan perorangan yang proses produksinya berada di Mall Artha Gading, Kelapa Gading. Pemilihan lokasi ini dikarenakan Mall Artha Gading merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Jakarta.

Berdasarkan hal – hal di atas, maka data lengkap dari perusahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Nama Perusahaan	: Healthy Juice
2. Bidang Usaha	: Minuman
3. Jenis Produk	: Minuman buah
4. Alamat Perusahaan	: Mal Artha Gading, Kelapa Gading, Jakarta
5. Instagram	: healthyjuice
6. Facebook	: healthyjuice
7. Twitter	: healthyjuice
8. E-mail	: <a href="mailto:healthyjuice@yahoo.co.id">healthyjuice@yahoo.co.id</a>
9. Bentuk Badan Hukum	: Perseorangan

Visi dari *Healthy Juice* adalah untuk mengenalkan budaya makan sehat atau pola makan sehat dan bisa digemari semua orang dari segala umur.



Misi *Healthy Juice* adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan terbaik dan mengesankan untuk setiap pelanggan yang membeli produk *Healthy Juice*.
- b. Konsisten menciptakan produk yang berkualitas dari waktu ke waktu untuk membangun citra yang sesuai dengan nama produknya yaitu *Healthy Juice*.
- c. Berkembang dan menjadi produk unggulan di bidang usaha minuman sehat.
- d. Mempunyai ciri khas, yang biarpun hampir sama dengan produk yang ada diluar tetapi produk *Healthy Juice* mempunyai citra yang baik dan diingat masyarakat.



Logo perusahaan ini sengaja dibuat secara sederhana, dimana buah yang dijadikan logo adalah nanas dengan bertaburkan bunga-bunga dan untuk nama logo *Healthy Juice* dalam bahasa Inggris bila diartikan "*Healthy*" adalah sehat dan "*Juice*" adalah jus. Arti dari logo yang ingin disampaikan penulis juga sederhana yaitu minuman jus yang sehat.

Berikut ini adalah daftar beberapa pesaing *Healthy Juice*:

#### 1. *Coldpress Indonesia*

- Jenis Produk : *Cold Press Juice*
- Produk Unggulan : *Cold Press Juice*
- Segmentasi harga : *Middle High*
- Jumlah Outlet : 9
- Tipe toko : *Open Kitchen*
- Alamat Website : <http://www.coldpress.co.id>
- Kontak : 021 1011 2800

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



## 2. Overjoyed Indonesia

- C Jenis Produk : *Juice*  
 Produk Unggulan : *Juice*  
 Segmentasi harga : *Middle High*  
 Jumlah Outlet : 1  
 Tipe Toko : *Closed Kitchen*  
 Alamat Website : <http://www.overjoyed-id.com>  
 Kontak : 0878 6906 4999

Faktor - faktor kunci keberhasilan yang telah ditentukan dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Tabel Competitive Profile Matrix**

<i>Critical Success Factor</i>	<b>Bobot</b>	<i>Healthy Juice</i>		<i>Coldpress Indonesia</i>		<i>Overjoyed Indonesia</i>	
		<b>Peringkat</b>	<b>Nilai</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Nilai</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Nilai</b>
<i>Promotions</i>	0.17	3	0,51	4	0,68	2	0,34
<i>Price</i>	0.19	4	0,76	3	0,57	3	0,57
<i>Product</i>	0.24	4	0,96	3	0,72	3	0,72
<i>Management</i>	0.13	3	0,39	3	0,39	2	0,26
<i>Location</i>	0.17	2	0,34	3	0,51	2	0,34
<i>Payment</i>	0.10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>3,16</b>		<b>3,07</b>		<b>2,43</b>	

Sumber: *Healthy Juice*

Menurut F.David dan R.David (2015:259) “ *SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weakness-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weakness-threats) strategies* “. ( SWOT Matrix adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Berikut tabel 3.2 mengenai Matrix SWOT:



**Tabel 3.2**  
**MATRIX SWOT**  
*Healthy Juice*

<p><b>MATRIKS SWOT</b></p> <p><b>Strengths (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang sehat.</li> <li>2. Kesegaran dan kualitas produk terjamin.</li> <li>3. Harga yang terjangkau bagi kelas menengah.</li> </ol>		<p><b>Weaknesses (Kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk keseharian yang mudah ditemukan.</li> <li>2. Kualitas manajemen yang belum terorganisasi dengan baik.</li> <li>3. Produk <i>Healthy Juice</i> yang belum dikenal masyarakat.</li> </ol>
<p><b>Opportunities (Peluang)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat kelas ekonomi menengah meningkat tiap tahun.</li> <li>2. Permintaan masyarakat yang meningkat terhadap produk minuman yang sehat.</li> </ol>	<p><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Healthy Juice</i> menawarkan produk minuman yang mengandung beragam nutrisi dan tidak mengandung zat adiktif sintesis. (S1,S2,S3,O1,O2)</li> <li>2. Menyediakan layanan antar gratis dari <i>Healthy Juice</i> (S3,O1,O2)</li> </ol>	<p><b>WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan promosi yang bervariasi pada konsumen (W1,W3,O1)</li> <li>2. Membuka sistem <i>Pre-Order</i> secara <i>online</i> (W2,W3,O2)</li> </ol>
<p><b>Threat (Ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang mudah ditiru.</li> <li>2. Munculnya pesaing dengan inovasi baru.</li> </ol>	<p><b>ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat variasi rasa yang berbeda pada hari – hari tertentu (S1,S2,S3,T2)</li> <li>2. Bekerja sama dengan perusahaan lain untuk melakukan promosi (S3,T1,T2)</li> </ol>	<p><b>WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan produk yang berbeda dari pesaing (W1, T1)</li> <li>2. Meluncurkan <i>member card</i> dengan promosi yang menarik dan bervariasi. (W2,W3,T2)</li> </ol>

Sumber: *Healthy Juice*

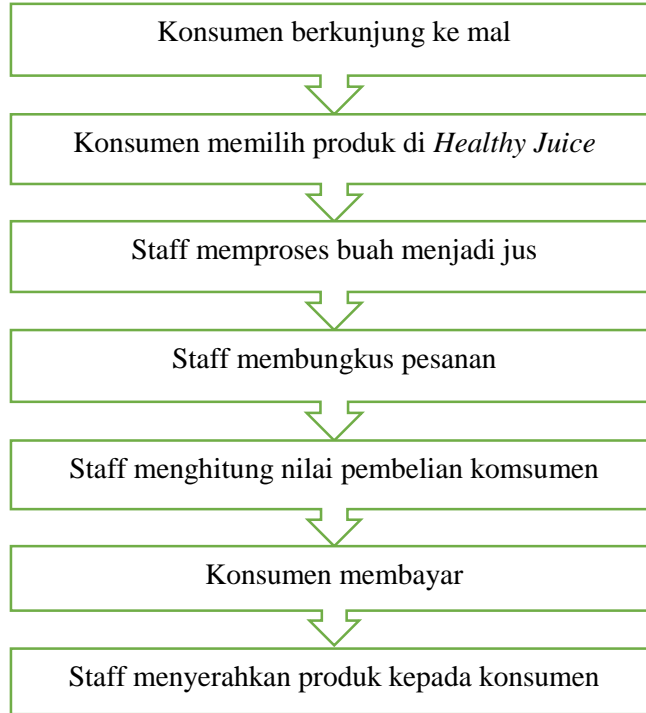
*Healthy Juice* adalah bidang usaha kuliner yang menjual jus dengan 3 pilihan produk yaitu *Single Fruit*, *Double Fruit* dan *Triple Fruit*. *Healthy Juice* melakukan penjualan di stand Mall Artha Gading selain itu *Healthy Juice* juga menyediakan pemesanan secara online dengan pengantaran gratis oleh *Healthy Juice*.

Berikut merupakan proses operasi produk *Healthy Juice* di stand Mall Artha Gading:



Gambar 4.1

Alur Proses Pembelian Di Stand



Sumber: *Healthy Juice*

Waktu operasional *Healthy Juice* di sesuaikan dengan jam operasional Mall Artha Gading yaitu dari pukul 10.00 s/d 22.00 WIB.

Berikut merupakan proses operasi produk *Healthy Juice* secara online:

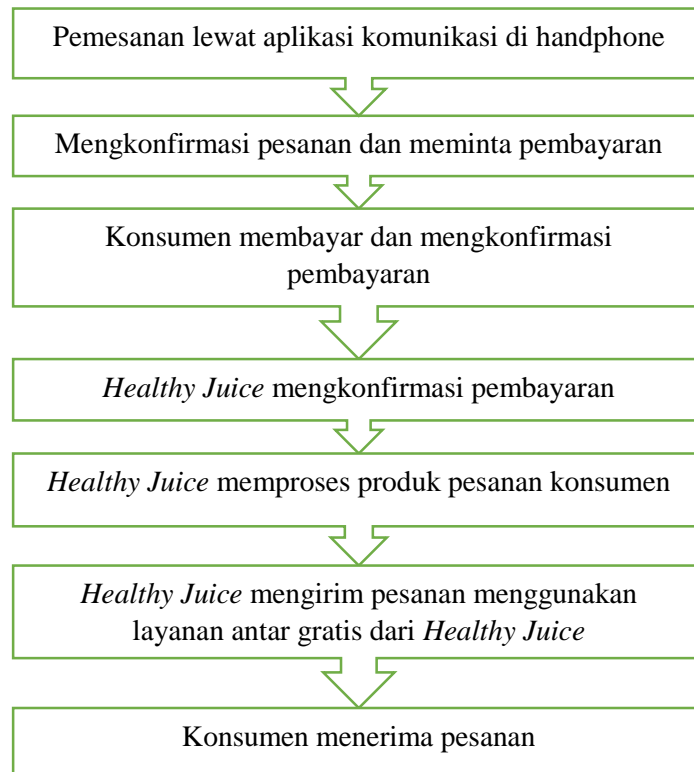
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

Gambar 4.2

**Alur Proses Pembelian Secara Online**



Sumber: *Healthy Juice*

Jam operasional pemesanan lewat online yaitu setiap hari Senin sampai dengan Minggu dan pemesanan dapat dilakukan mulai pukul 10.00 hingga 21.00 WIB.

Kegiatan operasional *Healthy Juice* baik dari produksi hingga penjualan dilakukan langsung di stand Mall Artha Gading, adapun bentuk desain *lay-out* dari *Healthy Juice* yang dapat dilihat pada gambar berikut:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

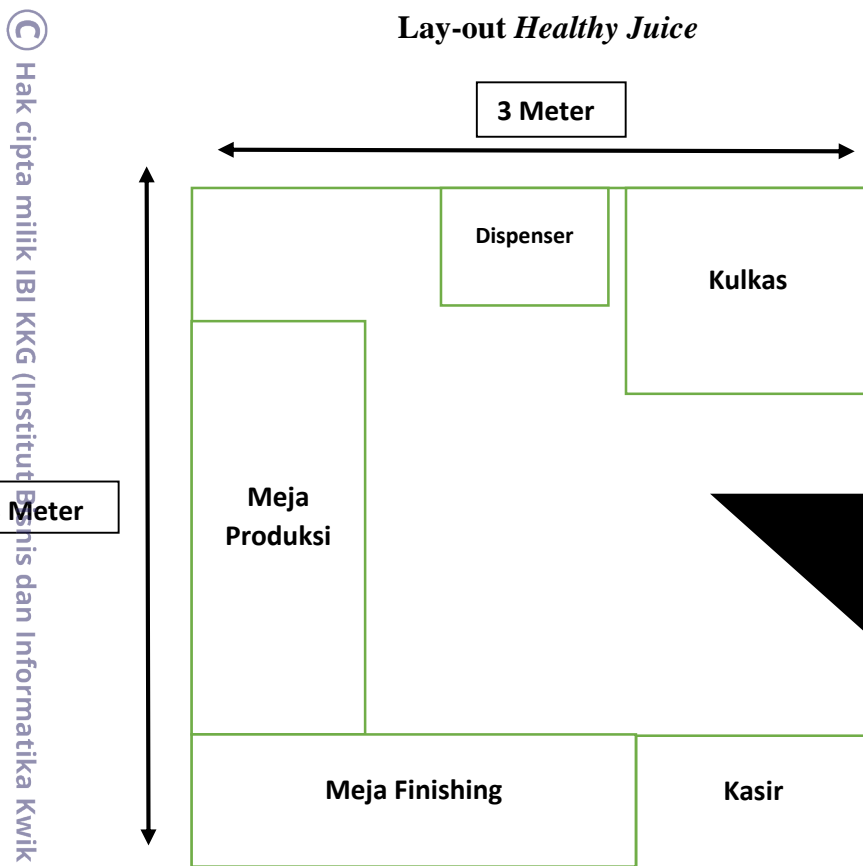


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 4.4

Lay-out *Healthy Juice*



Sumber: *Healthy Juice*

Dalam melakukan kegiatan promosi, *Healthy Juice* berencana untuk menggunakan beberapa alternatif promosi. Berikut adalah alat – alat promosi yang digunakan *Healthy Juice*:

1 Sosial Media

Sosial media digunakan sebagai salah satu alat promosi utama *Healthy Juice* karena rata – rata masyarakat hari ini sudah menggunakan sosial media dalam kehidupan sehari – hari untuk sekedar melihat berita hingga untuk belanja *online*. Sehingga ini memiliki manfaat positif mengingat penyebarannya yang sangat efektif dan efisien.

2 Brosur

Media cetak yang akan dibagikan setiap harinya untuk konsumen. Brosur *Healthy Juice* berisikan mengenai harga dari produk *Healthy Juice*, promosi – promosi yang diberikan *Healthy Juice* dan juga manfaat dari meminum jus untuk kesehatan tubuh.

3 Promosi Bulanan

Setiap bulannya *Healthy Juice* akan memberikan promosi menarik dan promosi ini biasanya hanya berlangsung sekitar 2 minggu, dari promosi ini konsumen mendapatkan potongan harga langsung atau menerima bonus produk.

Berikut adalah ramalan penjualan *Healthy Juice* dari tahun 2016 hingga 2021, sebagai berikut:

© 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 5.3

Anggaran Penjualan *Healthy Juice* Tahun 2017-2021

Bulan	2017			2018			2019			2020			2021		
	Unit	Harga (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Unit	Harga (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Unit	Harga (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Unit	Harga (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Unit	Harga (Rp)	Total Penjualan (Rp)
Januari	2.900	15.000	39.000.000	2.900	15.000	43.500.000	3.900	15.000	58.500.000	4.330	15.000	64.950.000	4.700	15.000	70.500.000
Februari	2.900	15.000	43.500.000	3.200	15.000	48.000.000	3.800	15.000	57.000.000	4.500	15.000	67.500.000	4.800	15.000	72.000.000
Maret	3.300	15.000	49.500.000	3.400	15.000	51.000.000	4.200	15.000	63.000.000	4.800	15.000	72.000.000	5.000	15.000	75.000.000
April	3.400	15.000	51.000.000	3.700	15.000	55.500.000	4.400	15.000	66.000.000	4.700	15.000	70.500.000	5.400	15.000	81.000.000
Mei	4.000	15.000	60.000.000	4.200	15.000	63.000.000	4.600	15.000	69.000.000	4.800	15.000	72.000.000	5.600	15.000	84.000.000
Juni	4.500	15.000	67.500.000	4.600	15.000	69.000.000	4.700	15.000	70.500.000	5.000	15.000	75.000.000	6.000	15.000	90.000.000
Juli	4.600	15.000	69.000.000	4.800	15.000	72.000.000	5.100	15.000	76.500.000	5.500	15.000	82.500.000	6.000	15.000	90.000.000
Agustus	4.300	15.000	64.500.000	4.750	15.000	71.250.000	5.000	15.000	75.000.000	5.400	15.000	81.000.000	5.853	15.000	87.795.000
September	4.200	15.000	63.000.000	4.800	15.000	72.000.000	4.800	15.000	72.000.000	5.000	15.000	75.000.000	6.000	15.000	90.000.000
Oktober	4.000	15.000	60.000.000	4.400	15.000	66.000.000	4.500	15.000	67.500.000	5.200	15.000	78.000.000	5.800	15.000	87.000.000
November	3.300	15.000	49.500.000	4.200	15.000	63.000.000	4.500	15.000	67.500.000	5.000	15.000	75.000.000	5.200	15.000	78.000.000
Desember	3.400	15.000	51.000.000	4.000	15.000	60.000.000	4.345	15.000	65.175.000	5.000	15.000	75.000.000	4.800	15.000	72.000.000
<b>Total</b>	<b>44.500</b>		<b>667.500.000</b>	<b>48.950</b>		<b>734.250.000</b>	<b>53.845</b>		<b>807.675.000</b>	<b>59.230</b>		<b>888.450.000</b>	<b>65.153</b>		<b>977.295.000</b>

Sumber: *Healthy Juice*



Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa penjualan mengalami kenaikan 10% setiap tahun, kenaikan ini terjadi karena keyakinan penulis akan kualitas dari produk yang baik, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang diberikan. *Healthy Juice* merupakan perusahaan baru sehingga penulis hanya menargetkan kenaikan sebesar 10% pada ramalan penjualan usaha.

Berikut adalah ramalan penjualan *Healthy Juice* per bulannya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 5.4**

**Ramalan Penjualan Dalam Satu Bulan ( Dalam Unit )**

Menu	Hari							Total per	Total per
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	Minggu	Bulan
<i>Single Fruit</i>	30	35	39	45	45	47	51	<b>292</b>	<b>1168</b>
<i>Double Fruit</i>	20	25	30	32	30	35	40	<b>212</b>	<b>848</b>
<i>Triple Fruit</i>	10	15	20	26	20	25	30	<b>146</b>	<b>584</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>75</b>	<b>89</b>	<b>103</b>	<b>95</b>	<b>107</b>	<b>121</b>	<b>650</b>	<b>2600</b>

Sumber: *Healthy Juice*

Pada tabel 5.4 di atas adalah perkiraan penjualan dalam sebulan (dalam unit), dapat dilihat bahwa penjualan *Single Fruit* setiap harinya adalah yang terbanyak dibanding dengan *Double Fruit* dan *Triple Fruit*.

Dalam kegiatan operasional, *Healthy Juice* membutuhkan 5 tenaga kerja yang sudah memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing – masing dengan arahan yang diberikan oleh pemilik *Healthy Juice*. Berikut adalah tabel dari kebutuhan sumber daya manusia yang akan direkrut oleh *Healthy Juice*:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi 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.



Tabel 6.1

Daftar Tenaga Kerja *Healthy Juice*

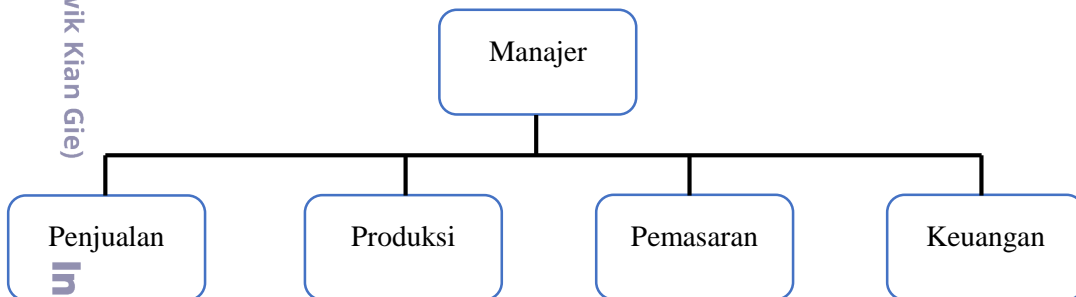
Jabatan	Jumlah
Manajer	1
Penjualan	1
Produksi	1
Pemasaran	1
Keuangan	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

Sumber: *Healthy Juice*

*Healthy Juice* menggunakan struktur organisasi fungsional, sebuah struktur organisasi sederhana yang cocok untuk usaha kecil seperti *Healthy Juice*, berikut adalah struktur dari *Healthy Juice*:

Gambar 6.1

Struktur Organisasi *Healthy Juice*



Sumber: *Healthy Juice*

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

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.



Berikut merupakan tabel gaji karyawan dan THR yang diberikan kepada karyawan *Healthy Juice*:

**Tabel 6.2**

**Tabel Gaji Karyawan dan THR *Healthy Juice***

Sumber: *Healthy Juice*

No	Jabatan	Jumlah	Gaji Pokok /orang	THR /orang	Pengeluaran Gaji /Tahun	Pengeluaran Gaji dan THR /Tahun
1	Manajer	1	4.000.000	4.000.000	48.000.000	52.000.000
2	Penjualan	1	3.200.000	3.200.000	38.400.000	41.600.000
3	Produksi	1	3.200.000	3.200.000	38.400.000	41.600.000
4	Pemasaran	1	3.200.000	3.200.000	38.400.000	41.600.000
5	Keuangan	1	3.200.000	3.200.000	38.400.000	41.600.000
<b>TOTAL</b>					<b>201.600.000</b>	<b>218.400.000</b>

Sumber: *Healthy Juice*

Dilihat dari tabel 6.2 di atas, gaji untuk manajer lebih besar dibandingkan dengan karyawan lainnya karena manajer mempunyai tanggung jawab yang lebih besar dibandingkan dengan karyawan yang hanya memiliki satu tanggung jawab per orangnya. Untuk gaji karyawan baik dari bagian penjualan, produksi, promosi dan keuangan *Healthy Juice* mendapatkan gaji sesuai dengan ketentuan upah minimum wilayah Jakarta yaitu Rp. 3.200.000,- per bulannya. Total pengeluaran gaji dan THR per tahunnya adalah sebesar Rp 218.400.000,-.

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



Berikut adalah kebutuhan dana awal atau modal awal *Healthy Juice* dalam menjalankan bisnis jus, yaitu :

**Tabel 7.1**

**Kebutuhan Dana *Healthy Juice* (Dalam Rupiah)**

Keterangan	Harga (Rp)
Biaya bahan baku	6.984.010
Biaya peralatan	11.673.200
Biaya perlengkapan	1.297.200
Biaya sewa stand	152.000.000
Biaya stand	7.845.590
Kas	20.200.000
<b>Total</b>	<b>200.000.000</b>

Sumber: *Healthy Juice*

Selanjutnya adalah ringkasan analisis kelayakan usaha *Healthy Juice*:

**Tabel 7.30**

**Kesimpulan Kelayakan Investasi**

Instrumen Analisis	Hasil Analisis	Batasan Minimal	Keterangan
<i>Break even point</i>	Rp558.546.358	< pendapatan	Layak
<i>Profitability Index</i>	1.46	> 1	Layak
<i>Net Present Value</i>	Rp93.049.639	> 0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	14.06%	12.94%	Layak
<i>Payback Period</i>	2 tahun 10 bulan 17 hari	5 tahun	Layak

Sumber: *Healthy Juice*

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan hasil penilaian kelayakan investasi menunjukkan bahwa perusahaan layak untuk dijalankan karena nilai NPV positif selama 5 tahun sebesar Rp 93.049.639,-, hasil NPV positif ini menunjukkan hasil investasi lebih besar dari tingkat pengembalian yang diminta. Hasil PI yang diperoleh *Healthy Juice* adalah 1,46 lebih dari 1. Penilaian investasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilakukan dengan menghitung *Internal Rate of Return* yaitu sebesar 14.06% lebih dari 12.94% yang berdasarkan tingkat suku bunga pinjaman. Bisnis ini juga mampu memperoleh investasi awalnya kembali dalam kurun waktu 2 tahun 10 bulan 17 hari.

Pengendalian risiko adalah tahap dimana akan dilakukan pencegahan atau pengendalian terhadap risiko yang telah muncul. Berikut adalah rencana pengendalian yang akan dilakukan *Healthy Juice*, antara lain:

1. Menyediakan produk yang berbeda  
Dengan tujuan pemilik untuk menawarkan sebuah produk yang bukan hanya saja enak tetapi juga sehat dan aman untuk dikonsumsi segala umur, maka *Healthy Juice* akan menjadi produk yang disenangi oleh masyarakat dan tidak akan ada keraguan lagi dari konsumen terhadap produk *Healthy Juice*. Salah satu caranya yaitu dengan menyiapkan bahan baku yang berkualitas dan dapat dipercaya. Sesuai dengan tujuan pemilik jus yang diproduksi tidak dicampur dengan gula, sirup dan pengawet apapun.
2. Melakukan penelitian dan pengembangan secara rutin  
*Healthy Juice* melakukan survei baik ke konsumen maupun pemasok secara berkala. Tujuannya adalah agar *Healthy Juice* bisa mengetahui kualitas dari bahan baku yang dibeli dan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar. Melakukan survei pada konsumen untuk mengetahui permintaan konsumen yang terus berubah dan bagaimana *Healthy Juice* bisa segera menangani perubahan itu untuk menyesuaikannya dengan kebutuhan masyarakat saat ini.
3. Mencari pemasok – pemasok baru  
*Healthy Juice* akan terus mencari pemasok – pemasok lainnya yang bisa berpotensi sebagai pemasok cadangan, maksudnya adalah bila pemasok langganan sedang tidak ada bahan baku yang dicari, penulis masih bisa membeli bahan baku tersebut di pemasok lain sehingga tidak perlu bergantung pada satu pemasok saja. Tujuannya adalah agar proses produksi bisa berjalan normal setiap harinya tanpa harus takut kehabisan bahan baku.
4. Membuat sebuah proses kerja yang sistematis  
*Healthy Juice* perlu membuat sebuah sistem kerja yang efektif dan efisien dengan tujuan agar proses kerja sehari – hari baik untuk manajer dan karyawan bisa berjalan dengan lancar tanpa ada keragu – raguan. Sebuah sistem kerja yang baik akan memudahkan semua pihak dalam menjalankan tanggung jawab nya masing – masing karena pekerjaan yang harus dijalankan jelas.

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.



DAFTAR PUSTAKA

Blocher, Edward J., David E. Stout, Paul E. Juras, & Gary Cokins (2013), *Cost Management: A Strategic Emphasis*, Edisi Ke-6, International Edition, United States: McGraw-Hill.

Business, Tim Kwik Kian Gie School of (2012), *Akuntansi Bahan Perkuliahan*, Buku 1A, Indonesia: CV. Kelompok Kerja Grafika.

David, Fred R. dan Forest R. David (2015), *Strategic Management*, Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dessler, Gary (2013), *Human Resources Management*, Edisi Ke-13, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, Jay dan Barry Render (2014), *Operations Management*, Edisi Ke-11, Global Edition, United States: Pearson Education.

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, & Dean A. Shepherd (2013), *Entrepreneurship*, Edisi Ke-9, International Edition, Singapore: McGraw-Hill.

Hitt, Ireland Hoskisson (2011), *The Management of Strategy*, Edisi Ke-9, International Edition, United States: McGraw-Hill.

Keegan, Warren J. dan Mark C. Green (2015), *Global Marketing*, Edisi Ke-18, Global Edition, United States: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Amstronng (2011), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-13, Global Edition, United States: Pearson Education.

Lebang, Erikar (2014), *Mitos dan Fakta Kesehatan*, Jakarta: Gramedia Pustaka.

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge (2015), *Organizational Behavior*, Edisi Ke-16, Global Edition, United States: Pearson Education.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruhnya tulis in tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipannya 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.

Shinya, Hiromi (2014), *The Miracle of Enzyme*, Jakarta: Gramedia Pustaka.

© 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.





## Website

<http://indonesianconsume.blogspot.co.id/2011/02/prospek-pasar-minuman-ringan-di.html>

(diakses pada 01 Mei 2016)

<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/21014-penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak> (diakses pada 3 Oktober 2016)

<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun 2008UMKM.pdf>

(diakses pada 02 Mei 2016)

<http://www.businessstudynotes.com/hrm/porter-five-forces-model-for-strategy-formulation-and-implementation/> (diakses pada 10 Mei 2016)

<http://www.businessstudynotes.com/marketing/explain-the-stages-product-life-cycle/>

(diakses pada 10 Mei 2016)

<http://www.slideshare.net/ErwinEAnanto/prospek-dan-tantangan-ekonomi-indonesia-kadin>

(diakses pada 16 Mei 2016)

<http://bisnis.liputan6.com/read/2371012/data-teranyar-cek-daftar-kenaikan-ump-2016-di-28-provinsi?page=3>. (diakses pada 18 Juli 2016)