

## RESUME

“Confetti by Diana Wu” memberikan solusi bagi masyarakat pecinta *fashion* yang ingin tampil *up to date* sesuai dengan tren yang sedang marak dan digemari namun tetap dapat diaplikasikan untuk gaya pakaian berbusana sehari-hari. “Confetti by Diana Wu” memproduksi sendiri busana dari material berkualitas, dengan desain eksklusif dan berkelas yang didesain khusus oleh kami. Tentunya “Confetti by Diana Wu” tidak melupakan detil, *cutting*, dan kenyamanan dari setiap potong busana yang kami produksi.

Ide awal untuk mendirikan bisnis “Confetti by Diana Wu” yaitu, penulis yang senang mempelajari tren-tren busana terkini dan mengamati maraknya penjualan busana dengan desain cantik mengikuti tren namun terkadang kualitas produk dan harga yang ditawarkan tidak sesuai. Oleh sebab itu lahirlah ide mendirikan “Confetti by Diana Wu” untuk menjawab kebutuhan para wanita muda modern yang mengutamakan kualitas dari segi desain dan juga material produk *fashion* yang mereka gemari. Fokus utama dari “Confetti by Diana Wu” adalah menawarkan busana berkualitas dan berkelas, serta memberikan pilihan untuk kustomisasi sesuai dengan desain dan material yang diinginkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memiliki busana yang eksklusif dibuat khusus untuknya.

Motivasi dalam pemilihan bisnis ini adalah karena pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok. Dan dengan tren gaya hidup masa kini yang banyak melakukan berbagai perayaan seperti ulang tahun dan hari-hari besar seperti Natal dan Tahun Baru Imlek secara besar-besaran, maka tingkat konsumsi terhadap busana yang trendi di musim-musim tersebut sangatlah tinggi. Selain itu, masyarakat modern saat ini juga sudah mulai peduli dengan penampilan. Mereka sadar penampilan

© 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.



merupakan faktor yang sangat mendukung rasa percaya diri dan juga status dalam keseharian mereka beraktivitas.

‘Confetti by Diana Wu’ memiliki tenaga produksi sendiri, dimana kegiatan produksi tersebut akan dilakukan di *workshop* kami. Pelanggan yang ingin melakukan kustom gaun juga dapat mendatangi *workshop* kami secara langsung ataupun memesan secara *online*. ‘Confetti by Diana Wu’ juga akan mengikuti *bazaar* di pusat perbelanjaan serta melakukan pemasaran online lewat *website* dan media sosial. Alasan ‘Confetti by Diana Wu’ membuat *workshop* adalah karena ‘Confetti by Diana Wu’ ingin memberikan nilai tambah pada bisnisnya, yaitu *product customize*. Dengan penempatan tenaga produksi di *workshop* dimana pelanggan dapat bebas datang dan berkonsultasi, maka akan lebih mudah bagi konsumen yang ingin merancang sendiri model pakaian yang diinginkan untuk berkonsultasi langsung dengan tim kami, sehingga kesalahan dapat diperkecil dengan memberikan arahan detail dan langsung. Pasar utama bisnis ini adalah wilayah DKI Jakarta dengan berpusat di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

“Confetti by Diana Wu” berlokasi di Jalan Hibrida Raya, Kelapa Gading. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi tersebut, diantaranya:

1. Lokasi yang strategis, terletak di kawasan bisnis di Jakarta
2. Terletak diantara banyak perumahan yang dihuni oleh keluarga kalangan menengah ke atas yang merupakan target pasar dari bisnis ini
3. Kenyamanan belanja yang terbaik dibanding sekitarnya
4. Akses transportasi dan parkir yang mudah
5. Kelapa Gading merupakan salah satu pusat perbelanjaan *fashion* yang diminati oleh masyarakat kota.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



“Confetti by Diana Wu” menggunakan modal sendiri. Penggunaan modal sendiri ini pun memberi keuntungan seperti tidak perlu membayar biaya pinjaman dan tidak perlu membagi keuntungan.

**Modal Investasi Awal ‘Confetti By Diana Wu’  
(Dalam Rupiah)**

No.	Kebutuhan Dana	Jumlah Dana
1	Sewa Gedung	250.000.000,00
2	Biaya Peralatan dan Perlengkapan <i>Workshop</i>	28.746.000,00
3	Biaya Peralatan dan Perlengkapan Produksi	20.401.000,00
4	Biaya Produksi	45.834.534,61
Total		344.981.534,61

Modal awal yang dibutuhkan oleh ‘Confetti by Diana Wu’ untuk memulai bisnisnya adalah sebesar Rp 500.000.000,00. Dari modal awal tersebut Rp 344.981.534,61 terpakai dengan rincian seperti pada tabel diatas. Biaya sewa yang dibayarkan adalah biaya sewa ruko yang berada di Jalan Hibrida Raya dengan rata-rata biaya sewa ruko sebesar Rp 50.000.000,00 per tahun dengan luas 4,5m x 16m dan terdiri dari dua lantai selama lima tahun. Untuk biaya produksi diambil dari perhitungan Harga Pokok Penjualan per bulan, sehingga semua biaya yang berkaitan dengan aktivitas produksi sudah termasuk di dalamnya.

Seorang wirausaha juga membutuhkan pemahaman yang saksama mengenai industri dan kompetisi yang dihadapi oleh wirausaha tersebut. Industri merupakan kumpulan perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis. Produk serupa adalah produk yang dianggap bersifat substitusi oleh konsumen. Beberapa faktor yang dapat digunakan dalam melakukan analisis industri adalah:

Pertama, permintaan industri. Permintaan selalu berhubungan dengan industry yang sering digunakan oleh masyarakat. Pengetahuan tentang pasar yang sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan, jumlah pesaing, semua perubahan pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



kebutuhan konsumen merupakan persoalan penting dalam mencoba menetapkan bisnis potensial yang mungkin dicapai oleh suatu usaha baru.

Kedua, persaingan. Kebanyakan wirausaha pada umumnya mempunyai ancaman dari perusahaan lain. Jadi, seorang pendiri bisnis perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi ancaman tersebut dan harus peka akan siapa saja yang akan menjadi pesaingnya, serta harus mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi pemasaran yang akan diterapkan. Kebanyakan pesaing dapat dengan mudah mengidentifikasi dari pengalaman, artikel, iklan, pengumuman, dan mungkin saja *website*.

Ketiga, fokus pada pasar tertentu. Hal ini berarti kita harus mengetahui informasi tentang siapa yang akan menjadi calon pelanggan, lingkungan bisnis yang seperti apa yang terdapat dalam pasar, dan area geografis dimana suatu usaha beroperasi. Pengusaha harus jeli dengan permintaan pasar, mencari tahu tentang kondisi pasar saat ini apakah sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan, serta mengikuti perubahan yang terjadi pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal-hal semacam inilah yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan sebagai dasar pemikiran demi kelangsungan bisnis di masa yang akan datang.

Dari ketiga hal diatas dapat menjadi dasar untuk melihat proyeksi bisnis yang akan datang akan seperti apa dan meyakinkan bahwa usaha ini akan berjalan secara berkesinambungan dan bersifat jangka panjang.

Persaingan selalu ada dalam setiap kehidupan sehari-hari tidak terkecuali di dalam dunia bisnis. Di tingkat pasar, perusahaan bersaing untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Ini menandakan bahwa bisnis sangat identik dengan persaingan dan pengetahuan terhadap karakteristik-karakteristik pesaing akan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan suatu bisnis.

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.



Selain itu, kebanyakan pengusaha biasanya dalam menghadapi ancaman-ancaman selalu waspada kepada siapa pesaingnya dan apa kekuatan dan kelemahan mereka sehingga rencana pemasaran yang tepat dapat diterapkan. Kebanyakan pesaing dapat dengan mudah diidentifikasi dikarenakan zaman teknologi yang sudah canggih sangat memudahkan dalam menganalisa pesaing.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:301), terdapat tiga analisis persaingan berhubungan dengan diferensiasi, yaitu diferensiasi personel, diferensiasi saluran, dan diferensiasi citra. Diferensiasi personel lebih berhubungan dengan pribadi secara langsung, tenaga kerjanya, dll. Sedangkan diferensiasi saluran lebih ke efektivitas dan efisiensi saluran produk. Diferensiasi citra adalah bagaimana citra produk kita dinilai oleh masyarakat.

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang/jasa yang sejenis dengan produk yang ditawarkan oleh bisnis kita. Analisis pesaing adalah pemahaman perusahaan lain dengan cara memetakan semua ide-ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang. Analisis pesaing dapat digunakan jangka panjang selama pesaing masih sama, akan tetapi pesaing dapat berubah-ubah setiap waktunya sehingga analisis pesaing harus bersifat *up to date*. Kesalahan dari analisis pesaing biasanya karena terlalu fokus dengan kondisi saat ini, dan tiba-tiba kondisi berubah.

Berikut adalah cara yang dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pesaing:

- a. Melalui internet
- b. Mengunjungi personal ke tempat usaha pesaing
  1. Mengamati interaksi karyawan dengan konsumen
  2. Mengamati cara menawarkan produk kepada konsumen
  3. Mencari tahu harga jual pesaing

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.



- c. Berbicara kepada konsumen dengan berpura-pura menjadi konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen.
- d. Memastikan tujuan pesaing, yaitu dengan cara memperhatikan target pasar mereka.
- e. Mempelajari saluran-saluran promosi yang digunakan untuk mengambil peluang-peluang yang ada.

### Perencanaan CPM untuk 'Confetti by Diana Wu'

No	Critical Success Factors	Weights	Confetti by Diana Wu		Beatrice Clothing		Flont Clothing	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Kualitas Produk	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30
2	Desain Produk	0.16	3	0.48	3	0.48	2	0.32
3	Harga	0.14	2	0.28	2	0.28	3	0.42
4	Website dan Social Media	0.10	3	0.30	4	0.40	3	0.30
5	SDM	0.12	3	0.36	3	0.36	2	0.24
6	Variasi Produk	0.09	3	0.27	3	0.27	2	0.18
7	Kecepatan Merespon Konsumen	0.13	3	0.39	3	0.39	2	0.26
8	Loyalitas Konsumen	0.11	1	0.11	3	0.33	2	0.22
	Total	1		2.64		2.96		2.24

Sumber: Olahan sendiri

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.



Selain mengetahui informasi mengenai pesaing, diperlukan juga analisis SWOT

(*Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats*). Berikut adalah analisisnya:

**Analisis SWOT ‘Confetti by Diana Wu’**

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
Kualitas produk tinggi	Loyalitas konsumen rendah
Produk dapat dikustomisasi	Harga produk cukup mahal
Standar pelayanan konsumen	<i>Brand</i> belum terlalu dikenal
SDM yang terampil	Pengalaman manajemen minim
Konten <i>website</i> dan media sosial yang informatif dan <i>user-friendly</i>	
Desain yang unik dan berkelas (elegan dan <i>timeless</i> )	
Produk yang lebih bervariasi	
Diproduksi secara eksklusif dan terbatas	
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Minat masyarakat terhadap produk <i>fashion brand</i> lokal meningkat	Banyaknya pesaing yang sudah ada di pasar saat ini
Meningkatnya pendapatan masyarakat	Mudahnya pesaing baru untuk masuk ke pasar
Teknologi (internet dan <i>gadget</i> ) yang semakin maju	Tidak ada <i>switching cost</i> bagi konsumen apabila ingin berpindah membeli di toko lain
Peningkatan tren belanja <i>online</i>	Tren <i>fashion</i> yang selalu berubah
Masyarakat mengikuti tren <i>fashion</i> dari <i>public figure</i> di media sosial	

Setelah mengetahui empat komponen dari SWOT maka dapat dibuat analisis SWOT-nya, yang dapat dilihat pada matrix TOWS berikut:

Hak cipta milik 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.





### Analisis SWOT Matrix Strategies 'Confetti by Diana Wu'

		Strengths	Weaknesses		
<p><b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Matematika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	1	Kualitas produk yang tinggi	1	Loyalitas konsumen rendah	
	2	Produk dapat dikostumisasi	2	Harga produk cukup mahal	
	3	Standar pelayanan konsumen yang baik	3	Brand belum terlalu dikenal	
	4	SDM yang terampil	4	Pengalaman manajemen minim	
	5	Konten <i>webstore</i> dan media sosial yang informatif dan <i>user-friendly</i>			
	6	Desain yang unik dan berkelas dengan gaya yang elegan dan <i>timeless</i>			
	7	Produk yang lebih bervariasi			
	8	Diproduksi secara eksklusif dan terbatas			
Opportunities		SO Strategies	WO Strategies		
1	Meningkatnya minat masyarakat terhadap <i>fashion brand</i> lokal	1	Memperluas pasar dengan masuk ke website-website penjualan produk seperti <i>Carousell</i> dan <i>Shopee</i> (S1, S6, S7,S8,O3,O4)	1	Menggunakan <i>#iwearConfetti</i> sebagai sarana promosi dan berekspreasi pelanggan yang menggunakan produk 'Confetti by Diana Wu' (W1, W3, O1, O3, O4, O5)
2	Meningkatnya pendapatan masyarakat	2	Menghasilkan produk yang sedang tren di kalangan <i>public figure</i> baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri (S6,S7,S8, O5)	2	Melakukan <i>endorse</i> sosialita dan <i>blogger</i> , mensponsori <i>wardrobe</i> untuk pemotreran majalah, maupun <i>shooting</i> acara di televisi (W2, W3, O1, O2, O4, O5)
3	Teknologi (internet dan <i>gadget</i> ) yang semakin maju	3	Memberi <i>giveaway</i> bagi 1 orang pengikut akun <i>Instagram</i> 'Confetti by Diana Wu' (S5, O1, O3, O4)	3	Mengikuti seminar, pelatihan, dan komunitas bisnis khususnya bisnis online (W4, O3)
4	Peningkatan tren belanja online	4	Membuat <i>premium line</i> khusus gaun kustom dengan desain dan material yang mewah, serta tingkat kesulitan lebih tinggi (S1, S2, S3, S4, O2)	4	Melakukan promosi melalui voucher diskon di website-website seperti <i>groupon</i> dan <i>ensogo</i> (W2,W3,O3,O4)
5	Masyarakat mengikuti tren <i>fashion</i> dari <i>public figure</i> di media sosial				
Threats		ST Strategies	WT Strategies		
1	Banyaknya pesaing yang sudah ada di pasar saat ini	1	Menjaga agar perputaran produk cepat (S1,S2,S6,S7,S8,T1,T4)	1	Membuka <i>stand</i> atau <i>bazaar</i> agar konsumen potensial dapat melihat kualitas produk, dan menjanging konsumen baru dengan diskon (W1, W2, W3, T1, T2, T3)
2	Mudahnya pesaing baru untuk masuk ke pasar	2	Memberi diskon khusus bagi pelanggan <i>newsletter</i> (S5, T1, T2, T3)	2	Memberi <i>giveaway</i> bagi 1 orang pengikut akun <i>Instagram</i> 'Confetti by Diana Wu' (W1, W2, W3, T1, T2, T3)
3	Tidak ada <i>switching cost</i> bagi konsumen jika ingin membeli di toko lain	3	Memberi garansi <i>size</i> untuk produk kustom selama 1 minggu (S2, S3, S8, T1, T2, T3)	3	Mengikuti seminar, pelatihan, dan komunitas bisnis khususnya bisnis online (W4, T1, T2, T3)
4	Tren <i>fashion</i> yang selalu berubah	4	Mengeluarkan koleksi terbaru setiap bulan (S4, S6, S7, S8, T1, T2, T3, T4)	4	Mengadakan <i>garage sale</i> 3 bulan 1x (W2, W3, T1, T4)

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





Ramalan industri dapat juga dilihat dari *Porter's Five Forces*. Berikut akan dijelaskan masing-masing perkiraan dari aspek-aspek tersebut.

1. *Intensity of Rivalry Within The Industry*

Persaingan antara bisnis-bisnis sejenis dalam industri ini dapat dikatakan rendah karena kurang lebih ukuran bisnis sama, kapabilitas pesaing hampir serupa, konsumen mudah berpindah produk, halangan untuk masuk ke pasar rendah, dan pesaing menjual produk serupa.

2. *Threat of Substitute Products*

Ancaman produk pengganti dapat dikatakan tinggi karena harga produk pesaing yang lebih rendah dan *switching cost* yang rendah.

3. *Bargaining Power of Suppliers*

Kemampuan tawar-menawar *supplier* dapat dikatakan rendah karena *supplier* bahan baku sangat banyak, sehingga mudah untuk berpindah *supplier*, dan *switching cost* yang rendah.

4. *Bargaining Power of Consumers*

Kemampuan tawar-menawar konsumen dapat dikatakan tinggi karena meskipun pembelian konsumen dilakukan dalam jumlah kecil, namun nilainya besar, dan dikarenakan segmen pasar yang digarap merupakan *scope* kecil, maka penting sekali bagi 'Confetti by Diana Wu' untuk mempertahankan setiap konsumen yang ada.

5. *Threat of New Entrants*

Ancaman pendatang baru dapat dikatakan rendah karena untuk memasuki industri ini, dibutuhkan investasi teknologi, memiliki spesialisasi *know-how*, tingkat pengalaman, akses ke bahan baku, dan modal besar.

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.



Dalam memulai suatu usaha sangat penting untuk mengetahui apakah suatu usaha layak atau tidaknya untuk dijalankan, ada beberapa perhitungan untuk mengetahui apakah sebuah usaha layak atau tidak, yaitu:

- a. *Break Even Analysis*
- b. *Net Present Value*
- c. *Profitability Index*
- d. *Payback Period*
- e. *Internal Rate of Return*

Analisa untuk kelayakan ‘Confetti by Diana Wu’ menggunakan kelima metode tersebut, yang dapat dilihat perhitungannya pada bab berikutnya. Rangkumannya adalah sebagai berikut:

- a. *Break Even Analysis*

Berdasarkan analisis *break even point* tersebut, dapat disimpulkan bahwa ‘Confetti by Diana Wu’ yang bergerak di bidang pakaian wanita dewasa merupakan sebuah bisnis yang layak untuk dijalankan, karena jumlah pendapatannya telah melebihi nilai *break even point*.

- b. *Net Present Value*

*Net Cash Flow* dihitung berdasarkan EAT + penyusutan dan nilai *rate of return* ditentukan berdasarkan suku bunga Bank Indonesia (Juli 2016) sebesar 6,5%. Berdasarkan hasil analisis tersebut, investasi ‘Confetti by Diana Wu’ menghasilkan NPV positif, sehingga usulan investasi layak dan dapat diterima.



c. *Profitability Index*

‘Confetti by Diana Wu’ memiliki *Profitability Index* lebih besar daripada 1 ( $1,79797 > 1$ ), yang artinya rencana investasi tersebut memiliki nilai *Net Present Value* positif dan rencana investasi ini layak dan dapat diterima.

d. *Payback Period*

Melalui hasil perhitungan di bab keuangan, maka *Payback Period* dari ‘Confetti by Diana Wu’ adalah 2 tahun 10 bulan (*undiscounted payback period*) dan 3 tahun 1 bulan (*discounted payback period*).

e. *Internal Rate of Return*

Berdasarkan hasil perhitungan IRR dari ‘Confetti by Diana Wu’ adalah sebesar 16,28% yang menyatakan bahwa investasi beresiko ‘Confetti by Diana Wu’ dapat diterima dibandingkan dengan investasi beresiko sebesar 13% yang berasal dari tingkat suku bunga saat ini dan *country risk premium* Indonesia.

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