



BUSINESS PLAN TO ESTABLISH BARBERSHOP HAIR CUT “BARBERSHOP BAOA” AT CIBUBUR, EAST JAKARTA

Maurits Fanry Simanjuntak 29080294
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dr. Husein Umar
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRACT

“Barbershop Baoa” Barbershop Baoa is a company in the barbershop that offers services to men's hair cuts both adults and children.

Locations “Barbershop Baoa” business at Alternative Transyogi Cibubur, East Jakarta 17435. This area is very suitable for the business barbershop because it is close to residential, malls, offices and schools.

This business shows good prospects and potentially profitable business in the future it deserves. Barbershop Baoa business prospects is inseparable from the competition, so it made an analysis of the factors - internal and external factors to determine the strength of competitors.

The Establishment of Barbershop Baoa need a capital Rp 204.925.000 (two hundred and four million nine hundred twenty five thousand rupiah). The funds will be used for business licensing, barbershop equipment and supplies, equipment and office supplies, and remodeling shop.

The calculation results using investment appraisal is feasible which produce the Net Present Value in the amount of Rp 204.925.000,- . The assessment of investment companies in generating profits made by counting Profitability Index 6,333070022. So this business is feasible to run because the nil is bigger than one. The Payback Period of this business will return for One Years Five Month and Sixteen Days. The Internal Rate of Return of this business is 45,24 % which make the business of “Barbershop Baoa” will be profitable.

PENDAHULUAN

A. Nama dan Alamat Tempat Usaha

Barbershop Baoa adalah sebuah *Barbershop* yang bergerak di bidang jasa pemotongan rambut sehingga memperoleh penampilan yang baik terutama bagi kaum adam. Nama *Barbershop Baoa* dipilih karena nama tersebut berasal dari bahasa daerah di Sumatera Utara yang dimana arti dari ‘Baoa’ tersebut adalah seorang pria. Sehingga nama *Barbershop Baoa* memberikan arti bagi konsumen, bahwa perusahaan jasa ini memberikan kesan nyaman dan bersih sehingga bisa memberikan kepuasan yang maksimal bagi para konsumen. Dengan menamakan *Barbershop Baoa* akan memberikan penegasan yang mudah diingat dan dilihat bagi para konsumen bahwa perusahaan ini bergerak di bidang jasa pemotongan rambut bagi kaum pria. Berikut informasi mengenai *Barbershop Baoa* :

© 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.



1. Nama Perusahaan : *Barbershop Baoa*
2. Alamat Perusahaan : Alternatif Cibubur Transyogi, 17435 Jakarta Timur
3. Nomor Telepon : 08567636222
4. Email : Barbershopbaoa@yahoo.co.id
5. Website : www.babashop.com
6. Kepemilikan : Perorangan
7. Fasilitas : Lahan Parkir, keamanan 24 jam, wifi, AC
8. Kebutuhan dana : Aset yang digunakan pemilik untuk mendirikan usaha ini adalah sebesar Rp 153.695.000,-

Pengalokasian dana tersebut dapat dilihat pada **Tabel 1.1.**

Tabel 1.1
Kebutuhan Modal Usaha

Keterangan	Total
Kas awal	14.575.000
Biaya perizinan usaha	5.000.000
Biaya sewa	40.000.000
Biaya peralatan <i>Barbershop</i> Baoa	33.010.000
Biaya peralatan kantor	6.500.000
Biaya perlengkapan <i>Barbershop</i> Baoa	3.320.000
Biaya perlengkapan kantor	1.290.000
Renovasi Ruko	50.000.000
Total Kebutuhan Dana	153.695.000

B. Nama dan Alamat Pemilik Usaha

1. Nama Pemilik : Maurits Fanry Simanjuntak
2. Jabatan : Pemilik
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 01 Maret 1990
4. Alamat Rumah : Jl. Dukuh V RT 07/04 No 29, Jakarta Timur 13550
5. Telepon : 08567636222
6. E-mail : Fay_maurits@yahoo.com

C. Bidang Usaha

Barbershop Baoa merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang pemotongan rambut, di mana para konsumen dapat memilih bentuk-bentuk gaya rambut yang sesuai dengan keinginan mereka. Bentuk penampilan di masa kini adalah suatu simbol kepercayaan diri bagi kaum lelaki, maka untuk mendapatkan hal tersebut bagi kaum lelaki pun harus bisa menjaga *fashion* diri mereka. Oleh karena itu, perawatan akan diri sendiri untuk memperoleh ketampanan merupakan sesuatu yang berharga bagi kaum pria.

Peluang usaha *Barbershop* sangat terbuka lebar di Jakarta. Dilihat dari makin banyaknya pria yang ingin merawat dirinya terutama di bagian rambut. Mulai dari kaum remaja hingga dewasa, oleh karena itu setiap tahun tidak heran jika di Jakarta banyak *Barbershop* baru bermunculan tak peduli tempatnya berukuran kecil atau yang besar sekalipun. Dengan laju pertumbuhan penduduk menjadi faktor yang cukup mendukung dan berkembang dengan adanya pembuatan bisnis *Barbershop* apalagi

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.

bisnis usaha *Barbershop* ini dapat dikatakan tidak akan putus, karena pada dasarnya manusia akan terus bertumbuh dan akan merawat diri mereka masing-masing.

ANALISIS INDUSTRI

A. Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan sangat diperlukan untuk mengetahui dan memprediksikan perkembangan usaha yang akan di bangun di kemudian hari. Oleh karena itu sangat dibutuhkan pandangan yang *inovatif* untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha. Tanpa adanya tindakan yang *inovatif*, perusahaan akan sulit untuk membangun dan mengembangkan bisnis usahanya.

Di era globalisasi ini usaha *Barbershop* cenderung berkembang dan mengikuti jaman. Target daripada usaha ini adalah kaum pria. Usaha *Barbershop* ini, telah menjadi salah satu pasar potensial. Mengapa dikatakan demikian? Dikarenakan semua orang ingin memenuhi kebutuhan hidupnya salah satunya dengan merawat keindahan rambut terutama pada kaum pria. Semakin banyaknya kebutuhan untuk memperindah penampilan seseorang menjadi salah satu faktor utama pendirian *Barbershop*.

B. Analisis Pesaing

Persaingan akan selalu timbul dalam segala jenis usaha sehingga dengan adanya persaingan setiap pengusaha dituntut untuk terus berinovasi dan memiliki keunggulan dari pesaingnya. Data dan informasi mengenai pesaing sangat berguna dalam menentukan strategi bersaing.

Menurut Fred R. David (2013:105), Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Kondisi usaha bisnis *Barbershop* dapat dianalisis dengan menggunakan *Porter's Five-Forces Model* (Model Lima Kekuatan Porter). Lima kekuatan Porter tersebut dapat dilihat pada halaman berikut :

Gambar 2.1
Model Lima Kekuatan Persaingan



Sumber : Fred R. David (strategic management), 2013

Menurut hasil survei dan analisis yang dilakukan penulis, terdapat pesaing yang paling dekat didapat seperti di bawah ini, hal didasari oleh jarak dengan *Barbershop Baa* serta fasilitas dengan *Barbershop Baa*, dengan data yang, harga, dan konsep 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.1
Perbandingan pesaing *Barbershop*

Kategori	Rencana bisnis Baoa	King Cuts	XP	Paxi
Nama Perusahaan	Belum dikenal	Sangat dikenal	Sangat Terkenal	Kurang dikenal
Lokasi	Strategis	Kurang Strategis	Strategis	Strategis
Harga	Relatif Murah	Mahal	Relatif Murah	Relatif Mahal
Keragaman produk	Banyak Pilihan	Banyak Pilihan	Lengkap	Sangat Lengkap
Kelayakan produk	Baik	Baik	Sangat baik	Sangat Baik
Kondisi ruangan	Sangat baik	Cukup Baik	Baik	Sangat baik

Sumber : Hasil pengamatan, 2015

C. *Competitive Profile Matrix (CPM)*

Setelah mengenali perusahaan pesaing, serta tujuan dan strateginya, *Barbershop Baoa* dapat menilai kekuatan dan kelemahan pesaing menggunakan *Competitive Profil Matrix* yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya khususnya dalam hubungannya dengan posisi strategis.

Pemotongan rambut dengan pemberian edukasi perawatan rambut menjadi hal terpenting di *Barbershop Baoa*. Pemberian edukasi ini menjadi hal menarik bagi konsumen.

Tabel 2.2

Competitive Profile Matrix Barbershop Baoa dengan Ketiga Pesaing Utama

Sumber : Data Olahan

<i>Critical Success Factor</i>	Weight	Rencana Pendirian Bisnis Barbershop Baoa		King Cuts Barbershop		XP Barbershop		Paxi Barbershop	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Rapat	0.30	3	0.90	4	1.20	3	0.90	3	0.90
Model <i>Up to date</i>	0.15	2	0.30	2	0.30	2	0.30	1	0.15
Cepat	0.20	4	0.80	3	0.60	2	0.40	2	0.40
Teliti	0.20	2	0.40	3	0.60	2	0.40	3	0.60
Edukasi	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30	3	0.45
TOTAL	1		2.85		3.15		2.3		2.5

D. Analisa SWOT

Dalam memilih strategi yang diterapkan perusahaan maka perusahaan harus melakukan penilaian SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan analisis dahulu. Analisa SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor didalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas



pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Berikut ini adalah analisis SWOT *Barbershop Baao*

Tabel 2.3
Analisis Matriks SWOT

	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang cepat (tidak terlalu lama menunggu untuk dilayani) 2. Terletak di lokasi yang mudah dijangkau (berada di pinggir jalan). 3. Harga yang ditawarkan terjangkau dan produk berkualitas. 4. Dukungan pelayanan yang maksimal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal awal yang cukup besar. 2. Pengalaman yang kurang dibanding pesaing lainnya. 3. Mencari sumber daya yang terampil sangat sulit. 4. Nama <i>Barbershop</i> yang belum dikenal masyarakat.
Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
Opportunities (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pelayanan jasa (S1, S4, O2) 2. Melakukan pengawasan manajemen dan pelatihan kapster secara berkala (S1, S4, O2) 3. Membuat promosi yang menarik seperti pelanggan yang memotong rambut 5 kali akan mendapatkan gratis potong rambut 1 kali dalam jangka waktu 1 tahun (S3, S4, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan strategi penetrasi pasar dengan meningkatkan promosi melalui brosur, internet terutama penduduk Cibubur (W4, O1, O2, O3). 2. Melakukan peningkatan pelayanan jasa dengan melakukan pelatihan khusus (W2, W3, W4, O2, O3, O5)
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Para pesaing yang berada dekat dengan lokasi <i>Barbershop</i>. 2. Masyarakat lebih percaya pada <i>Barbershop</i> langganan 3. Harga yang ditetapkan lebih murah oleh pesaing lainnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi terhadap bentuk pelayanan dan promosi (S1, S3, S4, T1, T2, T3). 2. Menjaga Kualitas layanan jasa (S1, S4, T1, T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penetapan harga yang sedikit lebih rendah (W4, T3). 2. Melakukan peningkatan kualitas sistem pelayanan kepada pelanggan (W4, T1, T2)

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

1. Dilarang pengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



E. Segmentasi, Targeting dan Positioning

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2010: 215), segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.

F. Ramalan Industri dan Pasar

Target pasar yang dituju *Barbershop Baa* adalah penduduk yang berada atau tinggal di daerah Cibubur dan sekitarnya. Namun terdapat peluang juga pengunjung dari luar Cibubur, hal ini disebabkan karena kawasan ini sudah mulai berkembang menjadi tempat kuliner dan tempat hiburan rekreasi keluarga.

Peramalan pasar menurut Kotler dan Kevin Keller (2012:113), adalah sebuah seni dalam mengantisipasi apa yang tampaknya akan dilakukan pembeli di bawah kondisi tertentu. Peramalan pasar memperlihatkan permintaan pasar yang diduga bukan permintaan pasar maksimum.

Tabel 2.4
Data Penduduk Kecamatan Ciracas Tahun 2010
(Dalam Jiwa)

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk			Kepadatan Penduduk
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
1	Cibubur	33.361	32.840	66.201	14,701.86
2	Kelapa Dua Wetan	22.670	22.249	44.919	13,334.62
3	Ciracas	33.607	32.031	65.638	16,700.51
4	Susukan	20.131	18.686	38.817	17,736.81
5	Rambutan	18.619	17.563	36.182	17,311.96
TOTAL		128.388	123.369	251.757	15,656.24

Sumber:

<http://jakarta.bps.go.id/index.php?bWVudT0xNSZwYWdlPWRhdGEmc3ViPSZpZD0xMSZpZHZhdD0zMTcyMDIw>

BAB III GAMBARAN USAHA

A. Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) , produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Kepuasan tersebut merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis, dan pelayanan yang diberikan oleh produsen.



B. Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 248) jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak yang secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:261), jasa memiliki empat karakteristik yaitu :

1. Tidak berwujud (*intangibility*)
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)
3. Bervariasi (*variability*)
4. Tidak tahan lama (*perishability*)

C. Ukuran Bisnis

Ukuran Bisnis di Indonesia di landaskan dari UMKM yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. UMKM memiliki peran penting dan merupakan suatu pondasi dalam perkembangan ekonomi bisnis suatu negara untuk stabilitas usaha perekonomian yang masih mengalami masalah atau untuk mengetahui akses permodalan, pengetahuan pelaku usaha tentang manajemen, strategi pemasaran dan pentingnya hak intelektual. UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Tabel 3.1
Tabel Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet / Tahun
1.	Usaha mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2.	Usaha kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 milyar
3.	Usaha menengah	>500 juta – 10 milyar	>2,5 milyar – 50 milyar

Sumber : UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

D. Peralatan dan Tenaga Kerja

1. Peralatan *Barbershop*

2. Tabel 3.2

3. Peralatan *Barbershop Baaa*

No.	Keterangan	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Mesin Cukur Rambut Wahl	4	500.000	2.000.000
2.	Gunting Potong Rambut Excellent Pro	4	800.000	3.200.000
3.	Gunting Sasak	4	235.000	940.000
4.	Kursi <i>Barbershop</i>	4	3.800.000	15.200.000
5.	Cermin 6 x 2 m	1	1.000.000	1.000.000
6.	Kursi tamu panjang	1	2.000.000	2.000.000
7.	Meja Tamu dan Majalah	1	500.000	500.000
8.	TV LCD LG 32"	1	3.000.000	3.000.000
9.	AC Panasonic 1 pk	1	3.500.000	3.500.000
10.	Tempat air panas dan dingin	1	1.000.000	1.000.000
11.	Gunting kumis Shilla Basic	4	100.000	400.000
12.	Wi-fi	1	270.000	270.000

Sumber :Barbershop Baaa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institusi 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.



Tabel 3.3
Perlengkapan *Barbershop* Baoa

No.	Keterangan	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Sisir Kecil dan besar	10	5.000	50.000
2.	Kaki sepatu ukuran rambut 3 mm – 25 mm	10	5.000	50.000
3.	Botol minyak	4	10.000	40.000
4.	Kuas pembersih	4	5.000	20.000
5.	Pisau cukur isi ulang Solingan	4	50.000	200.000
6.	Isi ulang pisau cukur	4	50.000	200.000
7.	Kuas sabun	4	10.000	40.000
8.	Tempat bedak	4	10.000	40.000
9.	Kuas bulu rambut pembersih sisa rambut	4	10.000	40.000
10.	Sikat kepala	4	10.000	40.000
11.	Botol air pangkas rambut	4	10.000	40.000
12.	Handuk	16	15.000	240.000
13.	Pomade	15	100.000	1.500.000
14.	Kep/Kain Penutup Badan	8	50.000	400.000
15.	Poster Model Rambut	2	10.000	20.000
16.	Jepit buaya	8	10.000	80.000
17.	Pembersih kaca	2	100.000	200.000

Sumber :Barbershop Baoa

Tabel 3.4
Peralatan Kantor

No.	Keterangan	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Meja dan kursi	1	1.500.000	1.500.000
2.	Komputer dan printer	1	3.000.000	3.000.000
3.	Lemari	1	2.000.000	2.000.000

Sumber :Barbershop Baoa

Tabel 3.5
Perlengkapan Kantor

No.	Keterangan	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Bon Kontan	20	50.000	1.000.000
2.	Pulpen	12	50.000	50.000
3.	Kertas 1 Rim	1	50.000	50.000
4.	Aqua Galon	2	80.000	160.000
5.	Buku Absen karyawan	1	10.000	10.000
6.	Buku Pemasukan dan Pengeluaran	2	10.000	20.000

Sumber :Barbershop Baoa

2. Tenaga Kerja

Kebutuhan tenaga kerja di *Barbershop* Baoa meliputi tenaga ahli di bidang potong rambut (kapter) maupun tenaga penunjang. Rincian tenaga kerja di *Barbershop* Baoa dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3.6
Tenaga Kerja Operasional *Barbershop Baoa*

No.	Jabatan	Jumlah
1.	Manajer	1
2.	Kapster	4
		5

Sumber : *Barbershop Baoa*

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

E. Latar Belakang Pemilik

- a. Nama Pemilik : Maurits Fanry Simanjuntak
- b. Jabatan : Pemilik
- c. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 01 Maret 1990
- d. Alamat Rumah : Jl. Dukuh V RT 07/04 No 29, Jakarta Timur 13550
- e. Telepon : 08567636222
- f. E-mail : Fay_maurits@yahoo.com
- g. Agama : Kristen Protestan
- h. Pendidikan Terakhir : Calon S1 Jurusan Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan

RENCANA JASA DAN OPERASIONAL

A. Deskripsi Rencana Operasional

Rencana operasi akan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahapan tersebut beserta jadwal pelaksanaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mendesain dan merenovasi tempat usaha
2. Mengurus perizinan usaha dari penguasa lingkungan setempat
3. Membuat Surat Izin Usaha
4. Menyiapkan dokumen untuk pengurusan NPWP di KPP Jakarta Cibubur
5. Mendaftar NPWP bidang usaha *Barbershop* di KPP Jakarta Cibubur
6. Membeli peralatan dan perlengkapan *Barbershop* yang dibutuhkan sebagaimana yang telah dibuat dalam daftar peralatan *Barbershop*
7. Melakukan promosi kepada masyarakat sekitar mengenai *Barbershop*
8. Melakukan perbaikan tempat usaha, layout ruangan yang dianggap belum sempurna dan menarik.

B. Proses Distribusi Pelayanan

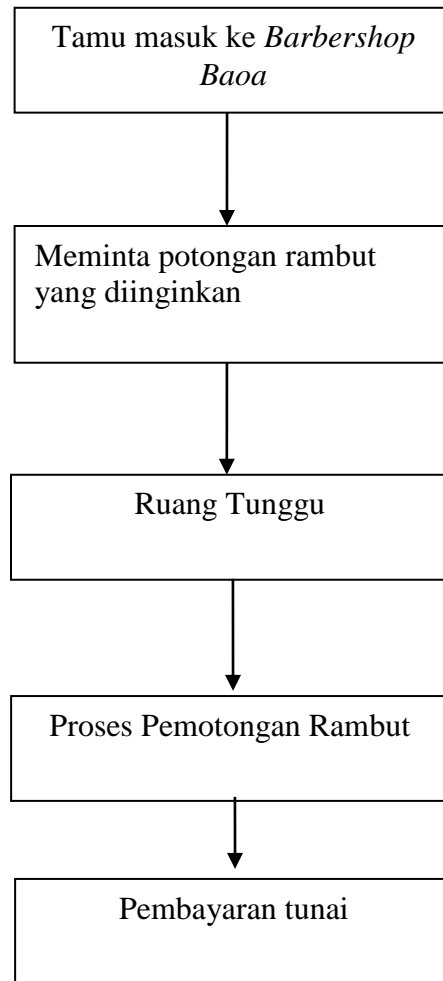
Proses distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan/proses pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah barang dan jasa dari produsen kepada konsumen Untuk proses distribusi dari pengiriman dari pemasok hingga diterima oleh *Barbershop Baoa* digambarkan dalam gambar 4.3 di bawah ini:

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 4.3
Proses Pelayanan *Barbershop Baa*



Sumber : *Barbershop Baa*, 2015

C Alur Pemasanan Peralatan dan Perlengkapan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang (Kamus Besar, Deskripsi dari pelayanan, (<http://www.kamusbesar.com/22692/pelayanan>)).

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

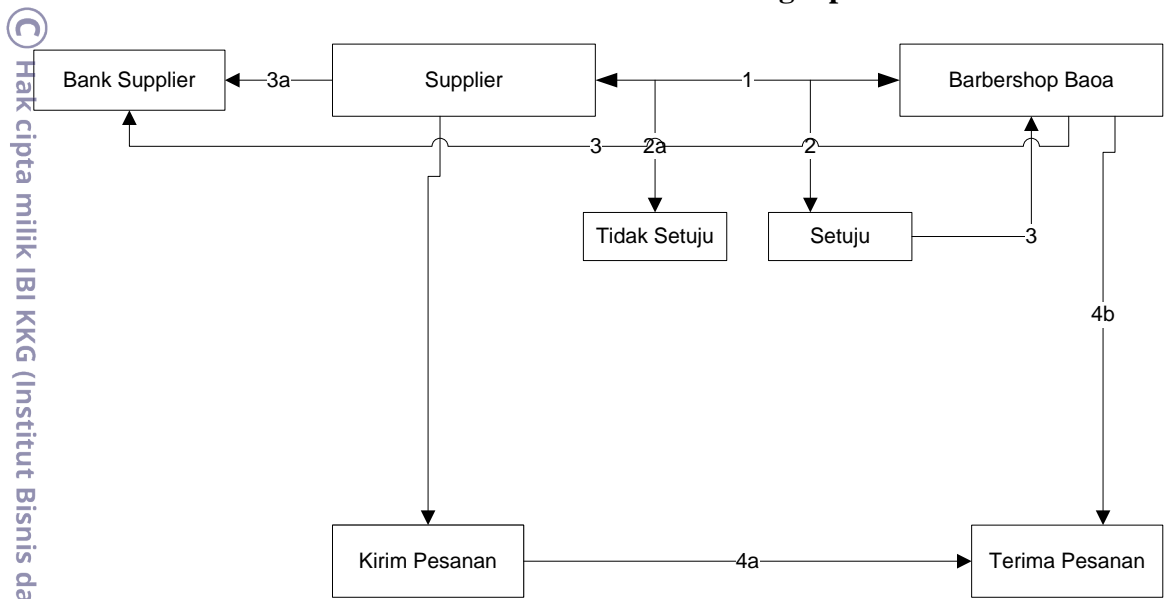
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Gambar 4.4
Alur Pemesanan Peralatan dan Perlengkapan



Sumber *Barbershop Baoa*, 2015:

D. Nama Pemasok

Pemasok membentuk hubungan penting dalam keseluruhan sistem pengantar nilai perusahaan. Pemasok menyediakan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasanya. Berikut ini adalah nama-nama pemasok bagi *Barbershop Baoa*:

1. Toko Alat Cukur Rambut
2. Global Sytle

E. Teknologi

Penggunaan teknologi berguna untuk membantu mempermudah pekerjaan, sehingga berjalan lebih efisien. Penggunaan teknologi tidak harus yang baru, namun disesuaikan dengan keperluan dari bidang usaha yang dijalankan. Penggunaan teknologi adalah teknologi tepat guna sehingga Kapster dapat menggunakan peralatan dan perlengkapan *Barbershop* secara efektif dan efisien. Pemilihan teknologi ini sangat terkait dengan kemampuan kapster mempergunakan teknologi.

RENCANA PEMASARAN

A. Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Terdapat beberapa pendekatan penetapan harga yang umum digunakan menurut Kotler (2012:315), yaitu :

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value-based pricing*)

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.



2. Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost-based pricing*)
3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*)

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 5.1

Tarif Barbershop Baoa

No.	Potongan Rambut	Tarif (Rp)
1.	Dewasa + urut + Pomade	40.000
2.	Dewasa	35.000
3.	Anak-Anak	20.000
4.	Potong Kumis	10.000

B. Tempat (Place)

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:365), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang saling terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:367), ada dua macam tingkat saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran pemasaran langsung adalah saluran pemasaran yang tidak menggunakan perantara.
2. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu atau lebih tingkat perantara.

C. Promosi

Menurut Kotler dan Gary Armstorng (2012:76),promosi adalah aktifitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya

Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dihasilkan ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk. Tujuan dasar dilaksanakannya promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dijual.

Ada 5 macam ragam alat promosi diantaranya ialah :

- a) Periklanan
- b) Promosi penjualan
- c) Hubungan masyarakat
- d) Penjualan personal
- e) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

D. Ramalan Penjualan

Unsur penting rencana bisnis yaitu menaksir atau penilaian kelayakan usaha baru, membantu dalam perencanaan produk, skedul, penetapan tingkat persediaan, dan keputusan personel.

Ramalan penjualan merupakan elemen penting dalam kegiatan pemasaran maupun di bidang lainnya. Ramalan yang optimis dapat menyebabkan perusahaan

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.



mengalami kerugian karena usaha dana yang dikeluarkan tidak sesuai dengan volume penjualan. Sebaliknya ramalan yang terlalu pesimis mengakibatkan perusahaan dapat kehilangan kesempatan untuk meningkatkan penjualan.

Peramalan berdasarkan rencana operasi dapat dibagi sebagai berikut:

1. Ramalan ekonomi : membahas siklus bisnis dengan memprediksi tingkat inflasi dan indikator perencanaan lainnya.
2. Ramalan teknologi : berkaitan dengan tingkat kemajuan teknologi dan produk baru.
3. Ramalan permintaan : berkaitan dengan proyeksi permintaan terhadap produk perusahaan. Ramalan ini disebut juga ramalan penjualan, yang mengarahkan produksi, kapasitas dan sistem penjadwalan perusahaan.

b. Tabel 5.2

c. Asumsi Penjualan Tahun 2017/2018 - 2021/2022

Keterangan	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Juni	10,950,000	59,250,000	61,500,000	103,500,000	87,750,000
Juli	10,695,000	71,300,000	62,775,000	111,600,000	62,775,000
Agustus	38,750,000	61,225,000	55,025,000	69,750,000	90,675,000
September	40,500,000	53,250,000	63,000,000	76,500,000	76,500,000
Oktober	39,525,000	52,700,000	69,750,000	102,300,000	102,300,000
November	48,000,000	55,500,000	65,250,000	110,250,000	101,250,000
Desember	29,450,000	55,025,000	68,975,000	125,550,000	90,675,000
Januari	49,600,000	57,350,000	73,625,000	79,050,000	69,750,000
Februari	30,100,000	38,500,000	62,300,000	75,600,000	69,300,000
Maret	55,025,000	55,025,000	63,550,000	102,300,000	102,300,000
April	58,700,000	61,500,000	83,250,000	90,000,000	74,250,000
Mei	24,800,000	55,025,000	89,900,000	99,975,000	76,725,000
Jumlah	436,095,000	675,650,000	818,900,000	1,146,375,000	1,004,250,000
Prediksi tidak operas	87,219,000	135,130,000	163,780,000	229,275,000	200,850,000
Prediksi Penjualan	348,876,000	540,520,000	655,120,000	917,100,000	803,400,000

Sumber : Lampiran 1, 2, 3, 4 dan 5

E. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran yang dilakukan oleh *Barbershop Baoa*

1. Selalu memperbaharui informasi-informasi terbaru tentang model rambut, promo yang ditawarkan.
2. Pengendalian tarif potong rambut yang berkelanjutan, hal ini dilakukan berkaitan dengan strategi penetapan harga berdasarkan persaingan.
3. Melakukan pemasaran langsung dengan pelanggan dengan tujuan tercipta pemasaran dari mulut ke mulut yang merupakan cara pemasaran yang efektif dan efisien.

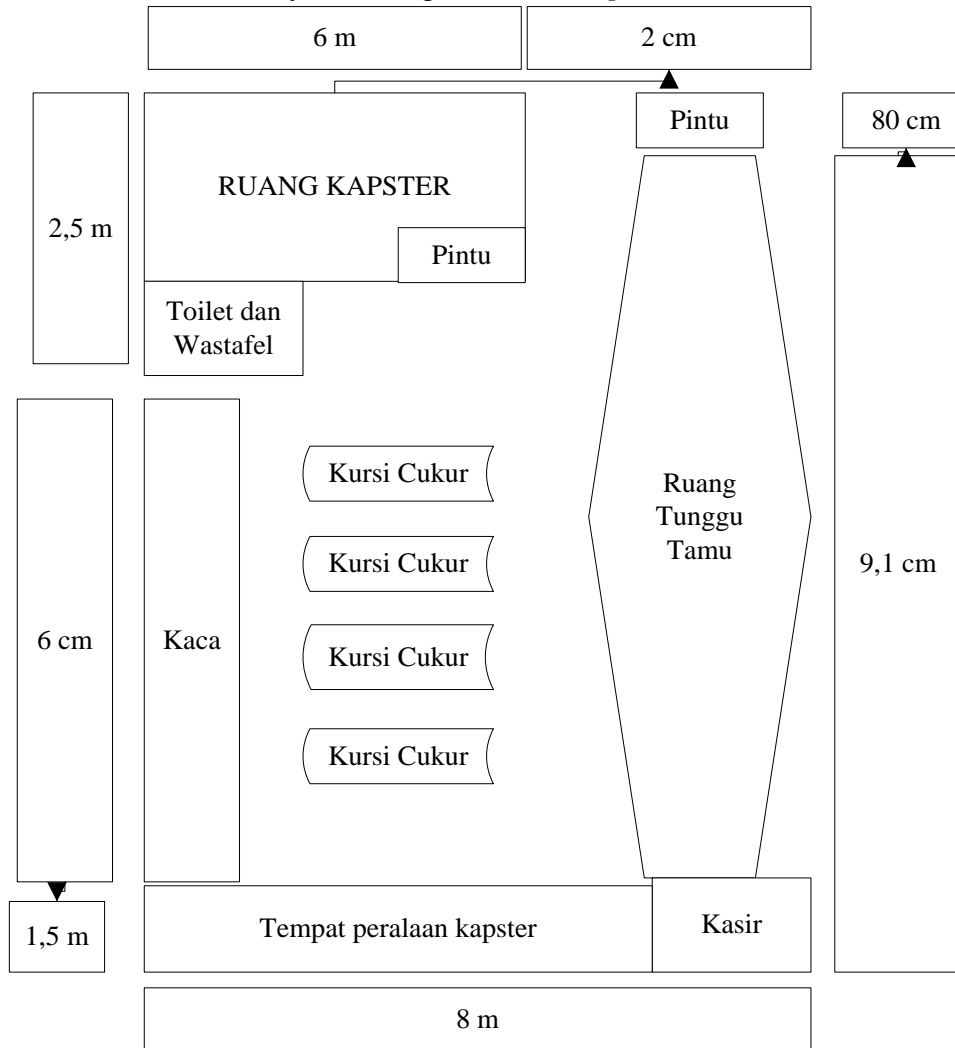
Hak Cipta Di
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



4. Tempat usaha yang terletak di Alternatif Cibubur Transyogi, 17435 Jakarta Timur merupakan wilayah strategis karena pada wilayah ini dekat dengan perumahan mewah
5. Babershop juga menggunakan tenaga kapster yang berpengalaman dan memiliki kemampuan sama dengan para kapster yang ada di Babershop di Mall.

Gambar 5.3
Layout Ruang *Barbershop Baa*



RENCANA ORGANISASI

Rencana organisasi penting bagi sebuah bisnis karena badan usaha memerlukan tugas, wewenang dan tanggung jawab sehingga organisasi bisa berjalan dengan baik dan efektif. Struktur organisasi merupakan bagian penting yang harus dirancang bertujuan terlihat dengan jelas garis tugas, wewenang dan tanggung jawab. Dengan demikian pimpinan dapat mengendalikan usaha sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

A. Bentuk Kepemilikan

Pada dasarnya ada 3 jenis bentuk kepemilikan dalam usaha yakni perseorangan, persekutuan, dan perseorangan. Dilihat dari siapa pemilik/pendirinya, sumber modalnya,

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



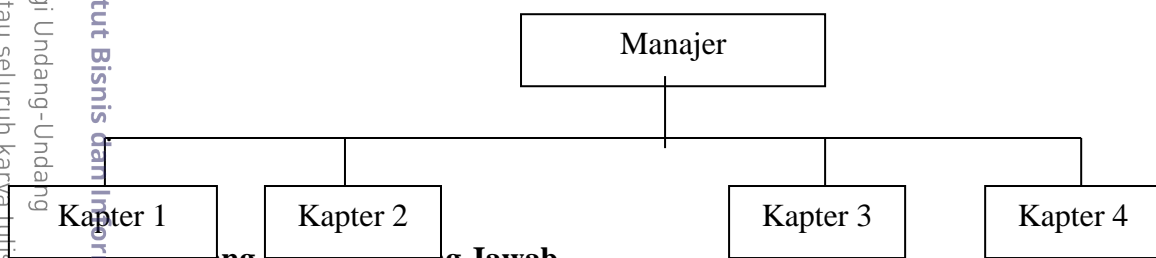
apa tujuan penggunaan modal yang disetor ke dalam perusahaan, kepemilikan usaha *Barbershop* Baoa merupakan usaha perseorangan. Modal yang dimaksud dalam bentuk tunai untuk membeli peralatan, perlengkapan *Barbershop*. Pemilik bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan hidup *Barbershop*.

A. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah bagian penting dari setiap perusahaan atau bisnis, sehingga setiap lini dalam perusahaan atau bisnis dapat mengetahui tugas, tanggung jawab, dan mampu berkoordinasi satu sama lain. Selain itu, struktur organisasi merupakan suatu alat yang digunakan manajemen sebagai sarana dalam menjalankan perusahaan.

Gambar 6.1

Struktur Organisasi *Barbershop* Baoa



B. Wewenang dan Tanggung Jawab

- 1. Manajer / Pemilik
- 2. Kapster 1, 2, 3 dan 4

C. Kualifikasi Pekerjaan

- 1. Kapster

D. Balas Jasa

Balas jasa adalah balas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawan terhadap pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya pada periode tertentu. Besar bala jasa yang diberikan, bergantung pada jabatan dan tugas yang diembannya. Selain itu, balas jasa juga bertujuan meningkatkan produktivitas, semangat, serta kesejahteraan karyawan. Perusahaan akan memberikan balas jasa berupa gaji setiap bulan ditambah tips dari pelanggan serta THR.

Tabel 6.1

Tabel Total Gaji Karyawan

Tahun 2016/2017 s/d 2020/2021

No	Jabatan	Jumlah	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
1.	Manajer	1	4.000.000	4.400.000	4.840.000	5.324.000	5.847.400
2.	Kapster	4	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.200	17.569.200
Jumlah per bulan			13.600.000	17.600.000	19.360.000	21.296.200	23.416.600
Jumlah per tahun			163.200.000	211.200.000	232.320.000	255.554.400	280.999.200

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Biaya THR

No	Jabatan	Jumlah	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
1.	Manajer	1	2.000.000	2.100.000	2.700.000	2.800.000	3.150.000
2.	Kapster	4	4.000.000	4.800.000	5.600.000	6.400.000	7.200.000
Jumlah			6.000.000	6.000.000	8.300.000	9.200.000	10.350.000

PENILAIAN RISIKO

A. Evaluasi Kelemahan dari Bisnis

Bedasarkan pengamatan dan analisis yang telah dilakukan, kelemahan dari bisnis ini adalah *Barbershop Baoa*

1. Kelemahan Internal
 - a. Kemampuan kapster terbatas
 - b. Kemampuan keuangan terbatas
2. Kelemahan Ekstenal
 - a. Terdapat banyak *Barbershop* sejenis
 - b. Terdapat *Barbershop* di pusat perbelanjaan

B. Teknologi Baru

Teknologi baru dapat membantu suatu bisnis. Umumnya dengan adanya teknologi baru, pekerjaan lebih cepat diselesaikan dan lebih praktis. Pada umumnya apabila pelaku usaha menggunakan teknologi baru, maka akan berdampak pada harga jual kepada konsumen. Dengan hal tersebut terjadi maka akan berdampak pada penurunan biaya operasional yang akan berakibat pada penurunan harga jual. Dan teknologi adalah suatu sarana untuk menunjang kemajuan bisnis. Oleh karena itu, pemilik harus dapat menyeleksi teknologi yang masuk.

C. Pengendalian Risiko Bisnis

Setelah mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis yang akan dijalankan, maka *Barbershop Baoa* harus mempersiapkan suatu rencana alternatif untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan yang disebabkan oleh kelemahan tersebut.

PERENCANAAN KEUANGAN

Rencana keuangan menurut Hisrich, et. Al. (2013:268), memberikan gambaran utuh tentang berapa banyak dan kapan pendanaan datang ke organisasi, di mana pendanaan dialokasikan, berapa banyak kas yang dimiliki dan posisi finansial dari perusahaan. Tujuan dari rencana keuangan adalah untuk mengoptimalkan profit perusahaan dan menentukan pengeluaran yang paling baik dan diperlukan perusahaan. Rencana keuangan menurut Gitman dan Zutter (2012:124), Rencana Keuangan (Financial planning) adalah aspek penting dalam operasi perusahaan karena rencana tersebut memberikan *roadmap* untuk panduan, koordinasi dan kontrol perusahaan terhadap tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan.



A. Rencana Kebutuhan Dana

Usaha baru yang ingin didirikan harus memiliki anggaran dana untuk pendirian usaha diperlukan rencana kebutuhan usaha sehingga suatu usaha dapat diketahui berapa kebutuhan dana yang sebenarnya dibutuhkan.

Tabel 8.1
Barbershop Baa
Proyeksi kebutuhan dana untuk tahun pertama
(dalam satuan rupiah)

Keterangan	Total
Kas awal	14.575.000
Biaya perizinan usaha	5.000.000
Biaya sewa	40.000.000
Biaya peralatan <i>Barbershop Baa</i>	33.010.000
Biaya peralatan kantor	6.500.000
Biaya perlengkapan <i>Barbershop Baa</i>	3.320.000
Biaya perlengkapan kantor	1.290.000
Renovasi Ruko	50.000.000
Total Kebutuhan Dana	153.695.000

Sumber : Proyeksi Barbershop Baa

B. Proyeksi Penjualan

Barbershop Baa membuat proyeksi penjualan selama 5 tahun dari tahun 2017 / 2018 sampai 2021 / 2022. Proyeksi merupakan hasil prediksi data berdasarkan metode asumsi yang dilakukan penulis terhadap perkiraan penjualan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 8.2** dibawah ini:

Tabel 8.2
Tabel Asumsi Penjualan

Keterangan	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Juni	10,950,000	59,250,000	61,500,000	103,500,000	87,750,000
Juli	10,695,000	71,300,000	62,775,000	111,600,000	62,775,000
Agustus	38,750,000	61,225,000	55,025,000	69,750,000	90,675,000
September	40,500,000	53,250,000	63,000,000	76,500,000	76,500,000
Oktober	39,525,000	52,700,000	69,750,000	102,300,000	102,300,000
November	48,000,000	55,500,000	65,250,000	110,250,000	101,250,000
Desember	29,450,000	55,025,000	68,975,000	125,550,000	90,675,000
Januari	49,600,000	57,350,000	73,625,000	79,050,000	69,750,000
Februari	30,100,000	38,500,000	62,300,000	75,600,000	69,300,000
Maret	55,025,000	55,025,000	63,550,000	102,300,000	102,300,000
April	58,700,000	61,500,000	83,250,000	90,000,000	74,250,000
Mei	24,800,000	55,025,000	89,900,000	99,975,000	76,725,000
Jumlah	436,095,000	675,650,000	818,900,000	1,146,375,000	1,004,250,000
Prediksi tidak operasi	87,219,000	135,130,000	163,780,000	229,275,000	200,850,000
Prediksi Penjualan	348,876,000	540,520,000	655,120,000	917,100,000	803,400,000

Sumber : Barbershop Baa

C. Biaya Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh pemilik *Barbershop Baa* berupa brosur, majalah, dan melalui mulut ke mulut. Dengan asumsi perincian biaya pemasaran setiap tahunnya dapat dilihat pada **tabel 8.3** berikut.

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



Tabel 8.3
Proyeksi Biaya Pemasaran Tahun 2016/2017 – 2018/2019
(dalam Rupiah)

Tahun	Brosur	Majalah	Total
2017/2018	2.500.000	250.000	2.750.000
2018/2019	-	300.000	300.000
2019/2020	-	300.000	300.000
2020/2021	-	300.000	300.000
2021/2022	-	300.000	300.000

Sumber : Barbershop Baa

D. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum dibagi menjadi beberapa bagian :

1. **Balas Jasa Karyawan**

Balas jasa yang diberikan diasumsikan meningkat setiap tahunnya. Hal ini berdasarkan pada asumsi kenaikan tingkat inflasi yang menyebabkan kenaikan biaya hidup. Proyeksi balas jasa kepada karyawan dapat dilihat pada **tabel 8.4** berikut:

Tabel 8.4
Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Barbershop Baa

No	Jabatan	Jumlah	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
1	Manajer	1	4.000.000	4.400.000	4.840.000	5.324.000	5.847.400
2	Kapster	4	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.200	17.569.200
Jumlah per bulan			13.600.000	17.600.000	19.360.000	21.296.200	23.416.600
Jumlah per tahun			163.200.000	211.200.000	232.320.000	255.554.400	280.999.200

Sumber : Barbershop Baa

Biaya Uang THR

No	Jabatan	Jumlah	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
1	Manajer	1	2.000.000	2.100.000	2.700.000	2.800.000	3.150.000
2	Kapster	4	4.000.000	4.800.000	5.600.000	6.400.000	7.200.000
Jumlah			6.000.000	6.000.000	8.300.000	9.200.000	10.350.000

Sumber : Barbershop Baa

2. **Sewa Lokasi**

Bentuk fisik *Barbershop Baa* berlokasi di Alternatif Cibubur Transyogi, 17435 Jakarta Timur. . Biaya sewa diasumsikan tetap selama 5 tahun Lebih jelasnya dapat dilihat pada **tabel 8.5** berikut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini 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.



Tabel 8.5
Proyeksi Biaya Sewa *Barbershop*
(Dalam Rupiah)

Tahun	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Biaya Sewa Babershop	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000

Sumber: Barbershop Baoa

3. Penyusutan Peralatan

Peralatan memiliki umur ekonomis, penyusutan (depresiasi), dan nilai sisa. Umur ekonomis peralatan diasumsikan 5 tahun.

Tabel 8.6
Proyeksi Penyusutan Peralatan *Barbershop*
(dalam Rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2017/2018	33.010.000	6.602.000	6.602.000	26.408.000
2018/2019		6.602.000	13.204.000	19.806.000
2019/2020		6.602.000	19.806.000	13.204.000
2020/2021		6.602.000	26.408.000	6.602.000
2021/2022		6.602.000	33.010.000	0

Sumber: Barbershop Baoa

Tabel 8.7
Proyeksi Penyusutan Peralatan Kantor
(dalam Rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2017/2018	6.500.000	1.300.000	1.300.000	5.200.000
2018/2019		1.300.000	2.600.000	3.900.000
2019/2020		1.300.000	3.900.000	2.600.000
2020/2021		1.300.000	5.200.000	1.300.000
2021/2022		1.300.000	6.500.000	0

Sumber: Barbershop Baoa

4. Biaya Utilitas

Yang termasuk dalam biaya utilitas adalah :

- a. Biaya Listrik, Air dan Telepon dan Internet

Biaya listrik terdiri dari biaya tetap berupa abodemen, dan biaya variabel sesuai penggunaan. Biaya tetap adalah Rp 400.000.00 per bulan (lihat **Tabel 8.8**)



Tabel 8.8
Proyeksi Biaya Listrik
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya tetap/Bulan	Biaya tetap/tahun	Biaya Pemakaian/bulan	Biaya Pemakaian/tahun	Total Biaya
2017/2018	90.000	1.080.000	300.000	3.600.000	4.680.000
2018/2019	90.000	1.080.000	320.000	3.840.000	4.920.000
2019/2020	90.000	1.080.000	350.000	4.200.000	5.280.000
2020/2021	90.000	1.080.000	400.000	4.800.000	5.880.000
2021/2022	90.000	1.080.000	450.000	5.400.000	6.480.000

Sumber: Barbershop Baoa

Tabel 8.9
Proyeksi Biaya Air
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Pemakaian/bulan	Biaya Pemakaian/tahun
2017/2018	200.000	2.400.000
2018/2019	220.000	2.640.000
2019/2020	242.000	2.904.000
2020/2021	266.200	3.194.400
2021/2022	292.800	3.513.840

Sumber: Barbershop Baoa

Tabel 8.10
Proyeksi Biaya Telepon
(Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya tetap/Bulan	Biaya tetap/tahun	PPN 10%	Total Biaya /tahun
2017/2018	200.000	2.400.000	240.000	2.640.000
2018/2019	200.000	2.400.000	240.000	2.640.000
2019/2020	250.000	3.000.000	300.000	3.300.000
2020/2021	300.000	3.600.000	360.000	3.960.000
2021/2022	350.000	4.200.000	420.000	4.620.000

Sumber: Barbershop Baoa

1. Dilarang 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 merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 8.11
Proyeksi Biaya Internet
(Dalam Rupiah)

No	Jabatan	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
1.	Internet	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
2.	Biaya pemasangan	500.000	-	-	-	-
	Jumlah	2.000.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000

Sumber: Barbershop Baa

E. Proforma Income Statement

Laporan Laba Rugi (*income statement*) adalah laporan keuangan yang menunjukkan keuntungan perusahaan setelah dikurangi dengan biaya, pengeluaran, dan pajak; merangkum semua sumber daya yang masuk ke dalam perusahaan (pendapatan), semua sumber daya yang keluar perusahaan, dan laba bersih yang dihasilkan.

Tabel 8.12
Barbershop Baa
Proforma laporan laba rugi
(dalam satuan Rupiah)

Keterangan	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Penjualan	348,876,000	540,520,000	655,120,000	917,100,000	803,400,000
Beban Operasional					
Biaya variabel:					
Listrik	4.680.000	4.920.000	5.280.000	5.880.000	6.480.000
Air	2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Telepon	2.640.000	2.640.000	3.300.000	3.960.000	4.620.000
Internet	2.000.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Perlengkapan Barbershop	3.320.000	4.292.400	4.662.360	4.819.560	5.743.200
Perlengkapan kantor	1.290.000	1.430.800	1.554.120	1.606.520	1.914.400
Uang THR	6.000.000	6.000.000	8.300.000	9.200.000	10.350.000
Total biaya variabel	22.330.000	23.423.200	27.500.480	30.160.480	34.121.440
Margin Kontribusi	326.546.000	517.096.800	627.619.520	886.939.520	769.278.560
Biaya tetap:					
Gaji	163.200.000	211.200.000	232.320.000	255.554.400	280.999.200
Renovasi ruko	50.000.000				
Perizinan usaha	5.000.000				
Sewa tempat	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Biaya pemasaran	2.750.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Depresiasi peralatan Barbershop	6.602.000	6.602.000	6.602.000	6.602.000	6.602.000
Depresiasi peralatan kantor	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
Total biaya tetap	268.852.000	259.402.000	280.522.000	303.756.400	329.201.200
EBT	57.694.000	257.694.800	347.097.520	583.183.120	440.077.360
Pajak	1.669.700	30.009.220	50.699.300	112.664.936	73.944.340
EAT	56.024.300	227.685.580	296.398.220	470.518.184	366.133.020

Sumber : Barbershop Baa

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Proforma Cash Flow

Laporan arus kas menurut, memberikan informasi tentang laporan keuangan yang memuat penerimaan dan pengeluaran kas terkait dengan tiga kegiatan utama perusahaan yaitu biaya operasional, investasi, dan pembiayaan. Yang termasuk dalam operasi adalah transaksi kas yang terkait dengan menjalankan bisnis, investasi adalah kas yang digunakan atau disediakan oleh kegiatan investasi perusahaan, dan yang termasuk dalam pembiayaan yaitu kas yang dihasilkan dari penerbitan utang, modal, atau kas yang digunakan untuk membayar pengeluaran dalam menjalankan bisnis, utang masa lalu, atau dividen perusahaan.

Tabel 8.13
Barbershop Baoa Proyeksi Arus Kas
(dalam satuan Rupiah)

Keterangan	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Arus Kas Masuk						
Modal Awal	153.695.000					
Beginning Balance		14.575.000	138.111.300	373.698.880	677.999.100	1.156.419.284
Pendapatan Penjualan		348,876,000	540,520,000	655,120,000	917,100,000	803,400,000
Total Arus Kas Masuk	153.695.000	363.451.000	678.631.300	1.028.818.880	1.595.099.100	1.959.819.284
Arus Kas Keluar						
Biaya Perizinan Usaha	5.000.000					
Sewa Bangunan	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	
Peralatan Barbershop	33.010.000					
Peralatan kantor	6.500.000					
Renovasi ruko	50.000.000					
Perlengkapan Barbershop	3.320.000		4.292.400	4.662.360	4.819.560	5.743.200
Pelengkapan kantor	1.290.000		1.430.800	1.554.120	1.606.520	1.914.400
Biaya Pemasaran		2.750.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Gaji		163.200.000	211.200.000	232.320.000	255.554.400	280.999.200
Uang THR		6.000.000	6.000.000	8.300.000	9.200.000	10.350.000
Listrik		4.680.000	4.920.000	5.280.000	5.880.000	6.480.000
Air		2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Telepon		2.640.000	2.640.000	3.300.000	3.960.000	4.620.000
Internet		2.000.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Pajak		1.669.700	30.009.220	50.699.300	112.664.936	73.944.340
Total Arus Kas Keluar	139.120.000	225.339.700	304.932.420	350.819.780	438.679.816	389.364.980
Ending Balance	14.575.000	138.111.300	373.698.880	677.999.100	1.156.419.284	1.570.454.304

Sumber : Barbershop Baoa

G. Proforma Balance Sheet

Balance Sheet merupakan laporan yang memberikan informasi mengenai jumlah harta, utang dan modal perusahaan pada saat tertentu. Pada umumnya neraca dibuat pada awal atau akhir periode pembukuan perusahaan. Neraca merupakan salah satu instrument keuangan yang digunakan untuk melihat kinerja keuangan perusahaan dan dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk penentuan kebijaksanaan perusahaan. Neraca dipakai untuk melihat perkembangan yang terjadi di dalam

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



Barbershop Baa hal ini dapat dilihat terjadi penambahan aktiva tetap dan passiva berupa laba bertahan.

Tabel 8.14
Barbershop Baa
Balance Sheet Proforma
(dalam satuan rupiah)

Keterangan	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Aktiva						
Aktiva Lancar						
Kas	14.575.000	138.111.300	373.698.880	677.999.100	1.156.419.284	1.570.454.304
Sewa dibayar dimuka	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	
Renovasi	50.000.000					
Perlengkapan <i>Barbershop</i>	3.320.000					
Perlengkapan kantor	1.290.000					
Total Aktiva Lancar	109.185.000	178.111.300	413.698.880	717.999.100	1.196.419.284	1.570.454.304
Aktiva Tetap						
Peralatan <i>Barbershop</i>	33.010.000	33.010.000	33.010.000	33.010.000	33.010.000	33.010.000
Ak. Penyusutan Peralatan <i>Barbershop</i>		(6.602.000)	(13.204.000)	(19.806.000)	(26.408.000)	(33.010.000)
Peralatan Kantor	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
Ak. Penyusutan Peralatan kantor		(1.300.000)	(2.600.000)	(3.900.000)	(5.200.000)	(6.500.000)
Total Aktiva Tetap	39.510.000	31.608.000	23.706.000	15.804.000	7.902.000	0
Aktiva Tangible						
Perizinan Usaha	5.000.000					
Total Aktiva	153.695.000	209.719.300	437.404.880	733.803.100	1.204.321.284	1.570.454.304
Passiva						
Modal						
Modal Usaha	153.695.000	153.695.000	153.695.000	153.695.000	153.695.000	153.695.000
Laba ditahan		56.024.300	283.709.880	580.108.100	1.050.626.284	1.416.759.304
Total Passiva	153.695.000	209.719.300	437.404.880	733.803.100	1.204.321.284	1.570.454.304

Sumber: *Barbershop Baa*

H. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha yang akan dilakukan meliputi perhitungan *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Payback Period* (PP), dan *Internal Rate of Return* (IRR). Berikut adalah analisis kelayakan usaha dari *Barbershop Baa*:

1. Titik Impas (*Break Event Point*)

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Perunit} - \text{Biaya Variabel Perunit}}$$

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



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

Tabel 8.15

Break Event Point

(Dalam Rupiah)

Tahun	FC	1-(VC/Sales)	BEP (Rp)
2017/18	268.852.000	0.935994	251.643.858,9
2018/19	259.402.000	0.956665	248.160.814,3
2019/20	280.522.000	0.958022	268.746.247,5
2020/21	303.756.400	0.967113	293.766.763,3
2021/22	329.201.200	0.957529	315.219.695,8

Sumber : Barbershop Baoa (data olahan)

2. Nilai Sekarang Bersih (Net Present Value)

Menurut (Suliyanto 2010:200) analisis Net Present Value (NPV) merupakan metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi.

Rumus :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Tabel 8.16

Barbershop Baoa

Net Present Value (dF 7,5%)

Untuk 5 tahun pertama

(dalam Rupiah)

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash In Flow	DF: 7.5%	Pv of NCF
2017/18	56.024.300	7.902.000	63.926.300	0,930232558	59.466.325,57
2018/19	227.685.580	7.902.000	235.587.580	0,865332612	203,861,615.96
2019/20	296.398.220	7.902.000	304.300.220	0,804960569	244,949,678.24
2020/21	470.518.184	7.902.000	478.420.184	0,748800529	358,241,286.86
2021/22	366.133.020	7.902.000	374.035.020	0,696558632	260,537,290.51
				PV of CF	1.127.056.197
				PV Io	153.695.000
				NPV	973.361.197



3. Indeks Profitabilitas (*Profitability Index*)

Menurut Suliyanto (2010:205) merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Profitabilitas Indeks (PI) adalah sebagai berikut

Indeks Profitabilitas =	$\frac{\text{Nilai Investasi Sekarang}}{\text{Modal Awal}}$
-------------------------	---

$$PI = \text{Rp } 973.361.197 / \text{Rp. } 153.695.000$$

$$= 6,333070022$$

4. Periode Pengembalian (*Payback Period*)

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ Tahun (12 bulan)}$$

Tabel 8.17

Payback Period Barbershop Baoa

(dalam satuan rupiah)

TAHUN	PAYBACK PERIOD
Modal Awal	153.695.000
NCF 2017/2018	(59.466.325)
	94.228.675
NCF 2019	(203,861,615)

5. Internal Rate Of Return (*IRR*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Tabel 8.18

Barbershop Baoa

Internal Rate Of Return

(dalam satuan rupiah)

TAHUN	NCF	7.5%	PV of NCF	51%	PV of NCF
2017/18	63.926.300	0,930232558	59.466.325,57	0.662251656	39.381.672,59
2018/19	235.587.580	0,865332612	203.861.616	0.438577255	89.409.067.95
2019/20	304.300.220	0,804960569	244.949.678,2	0.290448513	71,145,269.8
2020/21	478.420.184	0,748800529	358.241.286,9	0.192350009	68.907.714.75
2021/22	374.035.020	0,696558632	260.537.321,9	0.127384112	33.188.315.39
		Total PV of NCF	1.127.056.229	Total PV of NCF	302.032.040,5
		Investasi	(153.695.000,00)	Investasi	(153.695.000.00)
		NPV	973.361.229	NPV	148.337.040,5

$$IRR = 7,5\% + [(973.361.229/(973.361.229+148.337.040,5))*(51\%-7,5\%)] = 45,24\%$$

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.