

# SATE TA'BO

## (Perencanaan Pendirian Usaha Sate Tahu Bakso)

**Faidah Fenny P<sup>1</sup>, Febi Ferdian F<sup>2</sup>, Nabilla Hanum<sup>3</sup>, Suci Qonita Y<sup>4</sup>, Vanesha Priskilla<sup>5</sup>**

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Jakarta**

e-mail: <sup>1</sup>[\\*1faidahfenny2670@gmail.com](mailto:faidahfenny2670@gmail.com), <sup>2</sup>[febi.anfar@gmail.com](mailto:febi.anfar@gmail.com),

<sup>3</sup>[hanumnabilla20@gmail.com](mailto:hanumnabilla20@gmail.com), <sup>4</sup>[nitayuwandara@gmail.com](mailto:nitayuwandara@gmail.com), <sup>5</sup>[vpriskilla5381@gmail.com](mailto:vpriskilla5381@gmail.com)

### **Ringkasan Eksekutif**

Rencana pendirian usaha dari Sate Ta'bo adalah perencanaan usaha dengan melakukan modifikasi terhadap salah satu makanan tradisional Nusantara. Tahu bakso merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Tahu bakso sendiri merupakan makanan khas tradisional daerah Ungaran, Jawa Tengah. Di Ungaran, biasanya tahu akan dimasak dengan cara diisi dengan isian bakso yang terbuat dari daging ayam dan tepung tapioka yang kemudian digoreng. Melihat potensi pangsa pasar dan penjualan yang cukup tinggi, maka bisnis Sate Ta'bo masih sangat terbuka luas. Selain itu, Sate Ta'bo akan selalu memberikan keunggulan, dengan berbagai macam cara seperti memberikan harga yang bersaing, mengedepankan kualitas, serta berinovasi dalam proses produksi. Untuk itu penulis mengharapkan usaha Sate Tahu Bakso dapat berjalan dan memberikan prospek yang baik, serta mampu melestarikan dan berinovasi dengan makanan tradisional Nusantara khususnya tahu bakso khas daerah Ungaran, Jawa Tengah. Berdasarkan hasil dari analisis kelayakan usaha menggunakan *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return* dapat disimpulkan bahwa Sate Tahu Bakso dinyatakan layak untuk dijalankan dan memiliki peluang usaha yang baik di masa yang akan datang.

Kata kunci : Sate Ta'bo, Tahu Bakso.

### **Executive Summary**

*The business establishment plan of "Sate Ta'bo" is modification one of Nusantara's traditional food business plan. Meatball Tofu is one of traditional food which is mostly known by most of people in Indonesia. Meatball Tofu is one of traditional food from Ungaran, Central Java. In Ungaran, Meatball Tofu usually cooked by filling with meatball that made from chicken meat and tapioca flour and then fried it. Looking at the potential of the market share and high sales, therefore Sate Ta'bo still opens widely. Beside that, "Sate Ta'bo" will always gives an advantage by any means such as giving competitive prices, put quality first, and innovate in production process. Based on the advantage that Sate Ta'bo gave, the writer hopes that the "Sate Ta'bo" business will run smoothly, give a good prospect, and capable to conserve and innovate with Nusantara's traditional food especially Meatball Tofu from Ungaran, Central Java. Based of applying the Payback Period, Net Present Value, Internal Rte of Return resulting that Sate Ta'bo is convinced as possible business to run the business in the future.*

Keyword : Sate Ta'bo, Meatball Tofu.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Indonesia memiliki banyak sekali kekayaan dalam berbagai aspek, terlebih lagi dalam bidang kuliner. Indonesia kaya akan makanan khas tradisional yang dimiliki oleh masing-masing daerah baik kota maupun provinsi. Salah satu makanan khas tradisional atau seringkali dikenal dengan jajanan tradisional yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah tahu. Tahu merupakan makanan yang terbuat dari olahan kedelai putih. Banyak jenis olahan tahu yang diproduksi di Indonesia. Di Ungaran, tahu diisi dengan bakso yang terbuat dari olahan daging ayam dan tepung tapioka, yang kemudian digoreng.. Tahu Bakso merupakan salah satu makanan yang menjadi ciri khas dari Jawa Tengah, khususnya di daerah Ungaran. Melihat potensi pangsa pasar dan penjualan yang cukup tinggi, maka bisnis Sate Ta'bo masih sangat terbuka luas. Jenis usaha tahu bakso ini diberi nama usaha Sate Ta'bo dikarenakan dalam proses pembuatannya akan dimodifikasi, selain mengisi tahu dengan bakso olahan, juga akan dibalur oleh tepung bumbu krispi pedas, kemudian digoreng, dan ditusukkan seperti sate dengan sumpit.. Penulis memilih sate tahu bakso dikarenakan ingin berinovasi dengan salah satu makanan tradisional nusantara dan juga keunikan yang dimiliki sate tahu bakso itu sendiri. Dengan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka usaha Sate Ta'bo diharapkan dapat menjadi peluang untuk menjalankan usaha.

### 1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

#### 1.2.1 Visi :

Menjadikan usaha Sate Ta'bo sebagai pelopor usaha modifikasi makanan tradisional tahu bakso pertama di Nusantara.

#### 1.2.2 Misi :

1. Memberikan dedikasi terbaik dalam menjalankan usaha.
2. Kreatif dan inovatif dalam memodifikasi tahu bakso Ungaran menjadi sate tahu bakso.

3. Mampu memberikan harga yang bersaing namun tetap mengedepankan kualitas.
4. Berdedikasi tinggi dalam pelayanan usaha sehingga konsumen dapat mencapai nilai kepuasannya.

#### 1.2.3 Tujuan :

1. Melestarikan dan memperkenalkan makanan khas tradisional tahu bakso Ungaran, Jawa Tengah.
2. Melakukan inovasi dan modifikasi tahu bakso menjadi sate tahu bakso tanpa menghilangkan kekhasannya.
3. Menghasilkan dan memberikan inovasi makanan nikmat yang berkualitas.
4. Memenuhi permintaan konsumen.

## 2. GAMBARAN USAHA

Usaha Sate Ta'bo ini adalah usaha di bidang kuliner yang berkonsep makanan tradisional yang dimodifikasi. Penjualan akan dilakukan secara online maupun offline. Secara online akan dipasarkan melalui media social seperti Instagram, Line dan Whatsapp. Untuk penjualan secara offline berlokasi di Jalan Kramat Pulo Gundul Nomor K194, Jakarta Pusat. Durasi kerja usaha ini yaitu 5 hari dalam seminggu atau 20 hari dalam sebulan.

Sate Ta'bo ini terbuat dari tahu yang dimodifikasi yaitu dengan mengisi tahu dengan bakso olahan dan dibalur dengan tepung bumbu krispi pedas, kemudian digoreng. Makanan ini akan dikemas dalam satu tempat mika disertai juga dengan kentang goreng, saos, dan mayonise.

Yang menjadi keunggulan dari Sate Ta'bo ini yaitu kualitasnya yang terjaga dengan baik, harganya yang terjangkau untuk membuat perut kenyang dan rasa dari sate ta'bo ini membuat masyarakat yang membelinya merasa puas.

## 3. ASPEK PEMASARAN

### 3.1 Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*

#### 3.1.1 Segmentasi

Segmentasi Sate Ta'bo dari sisi geografi adalah Sate Tahu Bakso ini akan dipasarkan di wilayah Jakarta . Dari sisi demografi, Sate Tahu Bakso ini ditujukan kepada semua kalangan, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun lanjut usia. Dan dari sisi psikografis, Sate Tahu Bakso akan

cocok dipasarkan kepada masyarakat yang suka mengkonsumsi makanan ringan namun nikmat dan mengenyangkan.

### 3.1.2 Targeting

*Target* dari Sate Tahu Bakso adalah masyarakat luas khususnya yang berdomisili di wilayah Jakarta.

### 3.1.3 Positioning

*Positioning* dari Sate Tahu Bakso adalah harga yang diberikan cukup terjangkau, namun tetap mengedepankan dan memperhatikan kualitas dari tahu bakso. Sate Tahu Bakso juga menerima pesanan baik secara *offline* maupun *online* dengan melalui social media seperti Line, Whatsapp, Intagram, dan Facebook. Sate Tahu Bakso melayani juga pemesanan baik secara jumlah kecil maupun besar.

## 3.2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran

### a. Perkiraan Permintaan

Permintaan adalah jumlah kesatuan barang yang oleh pembeli akan membeli dengan bermacam macam harga selama jangka waktu tertentu (manap 2016 h. 227).

**Tabel 1 jumlah lokasi potensial di sekitar kota Jakarta**

Nama Tempat	Jumlah Orang
Jl. Tanah Tinggi, Jakarta Pusat.	<b>1000 orang</b>
Jl. Kramat Sentiong, Jakarta Pusat.	<b>1500 orang</b>
Pasar Johar Baru, Jakarta Pusat.	<b>2500 Orang</b>
Total	<b>5000 orang</b>

Sumber : Penulis, 2017

Perkiraan pada permintaan potensial Sate Ta'bo adalah dengan meyebarkan 50 kuisisioner secara acak kepada konsumen. Dengan perbandingan 40 menyukai Sate Ta'bo dan 10 menyukai jenis tahu biasa atau sebear 80% menyukai dan 20% tidak menyukai.

### b. Perkiraan Penawaran

Penawaran adalah kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu (Pracoyo, 2013).

**Tabel 2 jumlah penawaran pesaing di sekitar kota Jakarta**

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produksi/ Hari (unit)	Kapasitas Produksi/ Bulan (unit)	Kapasitas Produksi/ Tahun (unit)
Tahu Crispy	60	1800	21.600
Tahu Jeletot	75	2250	27.000
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>4050</b>	<b>48.600</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>67</b>	<b>2025</b>	<b>24300</b>

Sumber : Penulis, 2017

Penawaran dari pesaing cukup kuat, dapat dilihat pada tabel diatas bahwa permintaan per hari mencapai 67 unit, per bulan mencapai 2025 unit, sedangkan untuk per tahun sebesar 24300 unit.

### 3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

**Tabel 3 prediksi rencana penjualan Sate Ta'bo per tahun**

Tahun	Permintaan	Penawaran	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2017	100	52.2	47.8	10.675	19.80%
2018	125	54.67	70.33	11.45	20.70%
2019	135	55	80	12.75	21.80%

Sumber : Penulis, 2017

Untuk rencana penjualan *Sate Ta'bo* seperti yang dilihat pada tabel di atas. Rencana penjualan sebesar 10.675 di tahun pertama atau sebesar 19.8%.

### Tabel 3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa 3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

#### 3.4.1 Produk (Product)

Dalam proses pembuatan tahu bakso, Sate Tahu Bakso menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Tahu, olahan daging ayam segar, dan tepung tapioka berkualitas tinggi, kemudian dibalur dengan tepung bumbu krispi pedas, yang kemudian digoreng dengan minyak goreng yang baik. Yang kemudian ditusukkan dengan sumpit agar unik menjadi sate tahu bakso. Disajikan dengan kentang goreng, saos sambal, dan juga mayonnaise.



#### 3.4.2 Harga (Price)

Harga yang ditawarkan oleh Sate Ta'bo ini adalah Rp 15.000/porsi. Setiap pembelian diatas 100 porsi akan mendapatkan potongan 5% dari total pembelian Sate Ta'bo. Hal ini dilakukan untuk menarik minat dan daya beli konsumen.

#### 3.4.3 Promosi (Promotion)

##### a. Social Networking

Promosi yang dilakukan Sate Ta'bo adalah dengan memperkenalkan Sate Tahu Bakso kepada masyarakat yang ada di kota Jakarta melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Line.

##### b. Personal Selling

Dalam mempromosikan Sate Tahu Bakso ke para konsumen yang ada di kota Jakarta, Sate Tahu Bakso melakukan berbagai macam cara. Salah satunya dengan cara WOM atau Word of Mouth. Promosi dengan WOM ini merupakan cara promosi dengan penyampaian suatu informasi atau berita melalui dari satu mulut ke mulut. Dengan media WOM ini akan mampu dapat menyebarkan informasi secara lebih cepat dan praktis.

#### 3.4.4 Placement

Lokasi penjualan Sate Tahu Bakso akan dilakukan di daerah Jalan Kramat Pulo Gundul Nomor K194, Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih, karena lokasinya yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

### 3.6 SWOT

#### 3.6.1 Kekuatan (*Strength*)

- Kualitas produk terjaga, dengan bahan baku tanpa pengawet .
- Harga yang ditawarkan terjangkau
- Kondisi tempat penjualan yang strategis.
- Menggunakan tempat produksi yang steril.
- Pelayanan pelanggan yang baik

#### 3.6.2 Kelemahan (*Weakness*)

- Produk tidak tahan lama karena tidak menggunakan pengawet.
- Usaha yang belum banyak dikenal

#### 3.6.3 Peluang (*Opportunities*)

Peluang bisnis dari Sate Tahu Bakso ini masih cukup besar, di Jakarta sendiri permintaan akan makanan ringan yang mengenyangkan cukup banyak. Dengan kualitas yang diutamakan oleh Sate Ta'bo ini, diharapkan dapat menjadi makanan ringan favorit di Jakarta.

#### 3.5.4 Ancaman (*Threat*)

- Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen.
- Adanya masyarakat yang tidak menyukai Sate Tahu Bakso.

## 4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

### 4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Organisasi adalah suatu sistem struktur hubungan antara interpersonal (Torang 2014, h.83).

Berikut merupakan aspek organisasi yang direncanakan oleh Sate Ta'bo :

- Nama Usaha : Sate Ta'bo
- Jenis Usaha : Kuliner
- Alamat Usaha : Jalan Kramat Pulo Gundul Nomor K194, Jakarta Pusat.
- Nama Pemilik : Febi Ferdian Farhan

### 4.2 Perijinan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, perijinan sangatlah penting dalam keberlangsungan bisnis. Dimana dalam suatu bisnis jika tidak memiliki perijinan, maka dapat dikatakan bahwa bisnis

tersebut ilegal. Untuk itu usaha Sate Tahu Bakso akan membutuhkan perijinan dari pemerintah pusat, dan Sate Tahu Bakso akan membutuhkan ijin usaha atau SITU (Surat Ijin Tempat Usaha) dan ijin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) serta sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

### 4.3 Kegiatan Pra Oprasi dan Jadwal Pelaksanaan

Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, diperlukan sebuah survei dan riset pasar yang digunakan untuk melihat seberapa besar peluang dan apa saja yang menjadi kebutuhan sebuah usaha dan apa yang diinginkan oleh setiap konsumen.

**Tabel 4 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal pelaksanaan**

KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN			
	MINGGU			
	1	2	3	4
SURVEY PASAR	X			
MENYUN KONSEP DAN RENCANA	X	X		
PERIJINAN			X	
PENYEWAAN PERALATAN DAN PERLENGKAPAN			X	
MENDESAIN TEMPAT USAHA			X	X

Dalam menyusun sebuah rencana bisnis tentu membutuhkan sebuah jadwal sampai dengan proses pembukaan atau grand opening. Sate Ta'bo menyusun sebuah kegiatan pra operasional beserta jadwal pelaksanaannya yang di mulai dari survei sampai promosi.

#### 4.4 Kebutuhan Inventaris dan Supply Kantor

**Tabel 5 Inventaris dan Supply**

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Keterangan
1.	Stempel/Cap	1 buah	Sebagai tanda pengenal atau pengesahan Sate Ta'bo
2.	Kalkulator	1 buah	Sebagai alat untuk menghitung angka
3.	Handphone	1 buah	Sebagai alat untuk melakukan panggilan (telepon) atau media untuk berkomunikasi
4.	Laptop	1 buah	Sebagai alat untuk membuat pesanan secara online
5.	Pena	5 buah	Digunakan untuk menulis dan mencatat angka penulisan
6.	Buku Kas	1 buah	Digunakan untuk membuat laporan kas

Sumber : Penulis, 2017

### 5. ASPEK PRODUKSI

Lokasi produksi Sate Tahu Bakso akan dilakukan di daerah Jalan Kramat Pulo Gundul Nomor K194, Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih, karena lokasinya yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Di samping itu lokasi ini pun dekat dengan pasar.

#### 5.3. Proses Produksi

1. Siapkan wadah, lalu uleni adonan yang merupakan campuran antara bumbu yang dihaluskan dengan daging ayam giling.
2. Tambahkan putih telur dan tepung tapioka lalu dikulet semuanya.
3. Untuk pengisian tahunya, ambil tahu pong lalu buka irisan pada sisi tahu dan isikan adonan baksonya.
4. Sembari tahu diisi adonan, panaskan air dalam panci hingga mendidih.

Setelah selesai mengisi tahu, lalu masukkan tahu baksonya, kukus hingga matang.

5. Setelah dikukus, lapisi tahu bakso dengan bumbu krispi dan kemudian goreng hingga matang dan juga goreng kentangnya.
6. Tusukkan tahu bakso ke tusuk sate dan sajikan bersama kentang goreng.

#### 5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

1. 40 tahu pong/putih
2. 1 kg daging ayam
3. 250 gr tepung tapioka
4. 4 butir telur
5. Bumbu yang dihaluskan
6. 10 siung bawang putih
7. 2 sdt merica
8. 1 sdm garam
9. 2 helai daun bawang, dicincang
10. 6 ml Minyak goreng
11. 1 kg kentang goreng
12. 8 data kg bumbu krispi

#### 5.5 Tenaga Produksi

Rekrutmen adalah praktik dan aktivitas apapun yang dilakukan dan dijalankan oleh organisasi, dengan tujuan utama untuk mengidentifikasi dan menarik para karyawan potensial.

Dalam menjalankan usaha Sate Tahu Bakso, Sate Ta'bo akan membutuhkan bantuan tenaga kerja untuk melakukan kegiatan usaha setiap harinya. Mulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan produk, hingga menjaga kualitas produk. Sate Ta'bo menggunakan 3 orang tenaga produksi, dengan 3 karyawan.

#### 5.6 Mesin dan Peralatannya

**Tabel 5.2 Mesin dan Peralatan**

Uraian	Unit	Harga/Unit	Jumlah
Freezer	1	2.000.000	2.000.000
Electric Deep Fryer	1	1.500.000	1.500.000

Sumber : Penulis, 2017

### 5.7 Tanah, Gedung dan Perlengkapannya

Untuk melakukan usaha penjualan ini, Sate Ta'bo akan menggunakan lokasi yang ada di salah satu daerah di Jakarta Pusat. Pada lokasi penjualan akan dibuat 1 bangunan yang akan digunakan sebagai tempat produksi sekaligus tempat penjualan.

## 6. ASPEK KEUANGAN

### 6.1 Sumber Pendanaan

**Tabel 6.1 Sumber Pendanaan Patin Air Batu**

Uraian	Jumlah
1. Modal Sendiri	Rp. 8.000.000
2. Bantuan Orang Tua	Rp. 7.000.000
Total	Rp. 15.000.000

Sumber : Penulis, 2017

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa total modal yang dibutuhkan oleh Sate Ta'Bo adalah sebesar Rp.15.000.000 berdasarkan dari total pengeluaran modal investasi, modal kerja, dan modal operasional Sate Ta'Bo selama satu tahun.

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Bahan	Jumlah	Biaya
Tahu	24	8.000
Daging Ayam	½ kg	25.000
Tepung Tapioka	250 gr	3.000
Telur	4 butir	6.000
Bawang Putih	10 siung	7.000
Garam	1 bungkus	1.000
Merica	2 bungkus	3.000
Daun Bawang	2 helai	1.000
Kentang Goreng	500 gr	20.000
Minyak Goreng	1 liter	13.000
Bumbu Krispi	3 bungkus	18.000
Sumpit	1 bungkus	3.000

Total Biaya	108.000
-------------	---------

Sumber : Penulis, 2017

Keterangan diatas adalah untuk pembuatan 8 porsi. Jika satu hari memproduksi sebesar 32 porsi maka  $108.000 \times 4 = 432.000$ . Perbulan sebesar  $432.000 \times 30 = 12.960.000$ . Pertahun maka 155.520.000

**Tabel 12 Biaya Peralatan Kantor Sate Ta'bo Per Tahun**

Uraian	Unit	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
a. Peralatan kantor			
1. Pena	2 kotak	Rp. 12.000,00	Rp. 24.000,00
2. Buku Note	12 buah	Rp. 5.000,00	Rp. 60.000,00
3. Kertas Nota Kasir	6 buah	Rp. 20.000,00	Rp. 120.000,00
4. Sticker	100 buah ( 1 Box )	Rp. 50.000,00	Rp. 50.000,00

Sumber : Penulis , 2017

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Sate Ta'bo adalah sebesar Rp. 254.000,00 pertahun.

### 6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Sate Ta'bo memerlukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha. Metode yang digunakan adalah Payback Periode dan Net Present Value. Perkiraan pendapatan Sate Ta'bo 2018-2020, dapat diasumsikan kenaikan harga setiap tahunnya. 6% dan

kenaikan penjualan setiap tahun sebesar 2%.

**1.1.1 Payback Periode**

*Payback periode* adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif samadengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. (Purwana, Hidayat 2016, h.132)

Adapun kriteria penghitungan payback periode adalah semakin kecil periode waktu pengembaliannya semakin cepat proses pengembalian suatu investasi. (Purwana, Hidayat 2016, h.150).

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/Tahun}}$$

Investasi	Arus Kas 1 Tahun
15.000.00	12.000.00
0	0

Karena sisa kas tidak dapat dibagi lagi dengan kas bersih tahun ke-2, maka sisa dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan kas bersih tahun ke-2 yaitu sebagai berikut:

$$Pp = \frac{Rp. 3.000.000 \times 12}{Rp. 14.000.000} = 2 \text{ bulan}$$

Jadi kesimpulan yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas bahwa Payback Periode (PP) Sate Ta'bo dapat diterima dan pengembalian investasi berkisar 1 tahun 2 bulan.

**1.1.2 Net Present Value**

*Net Present Value* adalah analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. Analisis ini dapat dilihat dengan menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang. (Purwana, Hidayat 2016, h.133)

Formula yang digunakan untuk menghitung Net Present Value :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{(\text{Benefits} - \text{Costs})_t}{(1 + r)^t}$$

where:  
**r = discount rate**  
**t = year**  
**n = analytic horizon (in years)**

$$NVP = \frac{Rp.12.000.000}{(1+6.5\%)} + \frac{Rp.14.000.000}{(1+6.5\%)}$$

$$\frac{+ \text{Rp.}18.000.000 - \text{Rp.}15.000.000}{(1+6.5\%)}$$

$$\text{NVP} = \text{Rp. } 160.000.000 + \text{Rp. } 186,666,667 + \text{Rp. } 240.000.000 - \text{Rp. } 15.000.000$$

$$\text{NVP} = \text{Rp. } 571,666,6667$$

Hasil NPV Dragon Bomb yaitu Rp. 571,666,6667 dan bernilai positif, sehingga investasi usaha Dragon Bomb layak atau dapat diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Manap, A 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana .
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.

Pracoyo, K dan Antyo. 2013, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT Grasindo, Jakarta.

Warren, C S 2014, *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.