

Minuman SABU (Sari Buah)
(Perencanaan Pendirian Usaha Minuman Sabu (sari buah))

Oleh : Aldi Widodo

Prodi Pendidikan Sosiologi , Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta (Mahasiswa Permata)

e-mail: aldiwidodo30@gmail.com

Abstrak

Minuman SABU merupakan usaha yang berada dibidang kesehatan, produk ini diusulkan karena mengingat kesehatan itu sangatlah penting dan didaerah sekitar Universitas Negeri Jakarta sendiri tak banyak ada usaha sejenis. Memang banyak pedagang yang menjual minuman dari buah-buahan khususnya jus, namun belum ada yang memproduksi minuman sari buah murni dengan kemasan botol. promosi untuk produk kami di lakukan melalui media elektronik berbasis social media seperti *instagram*, *line*, dan lain lain. Berdasarkan hasil dari analisis aspek keuangan, bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci : SABU

Abstract

Minuman sabu is business that are in the field of health, this product is proposed because considering the health is very important and in the area around the State University of Jakarta itself there are not many similar businesses. Indeed many traders who sell drinks from fruits, especially juice, but no one produces pure fruit juice with bottled packaging. promotion for our product is done through electronic media based on social media like *instagram*, *line*, and others. Based on the results of the financial aspect analysis, the business is feasible to run.

Keywords: SABU

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Universitas Negeri Jakarta adalah salah satu perguruan tinggi di Jakarta yang jumlah mahasiswa yang cukup banyak dan aktivitas cukup padat setiap harinya. Dalam proses mereka menuntut ilmu, mahasiswa tersebut juga harus mengimbangi ilmu yang mereka dapatkan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan sosial dan kemahasiswaan. Hal itu bertujuan untuk menyeimbangkan *soft skill* dan *hard skill* mereka.

Dengan banyaknya aktivitas yang di lakukan pelajar dan mahasiswa, terkadang mereka lupa akan menjaga pola hidup sehat. Tak hanya pelajar dan mahasiswa, masyarakat umum yang memiliki mobilitas tinggi pun terkadang lupa menjalani pola hidup sehat, sehingga minuman menjadi hal yang sangat diperlukan ketika tubuh mengalami dehidrasi. Terkadang tak cukup hanya sekedar minum air mineral untuk menjaga kondisi tubuh agar tetap fit, namun beberapa minuman pengganti juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan memiliki berbagai manfaat lainnya selain untuk kesehatan seperti jus buah. Berbagai macam olahan buah sangat menyegarkan, begitupun buah-buahan yang dijadikan jus. Jus yang dimaksud disini adalah jus yang tidak memiliki ampas, tanpa bahan pengawet dan pemanis atau bisa disebut dengan minuman sari buah. Dengan banyaknya aktivitas yang dimiliki pelajar, mahasiswa maupun masyarakat umum menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk membuatnya sendiri atau datang ke toko untuk membelinya sehingga meningkatkan upaya produsen pembuatan minuman sari buah ini menggunakan layanan jasa *local delivery order*.

Dengan melihat fenomena ini, penulis melihat peluang yang sangat besar dan prospek yang sangat menjanjikan jika penulis dapat memanfaatkan aktivitas dan mobilitas masyarakat yang cukup tinggi serta harus diimbangi dengan minum minuman yang segar, bervitamin tanpa bahan pengawet serta penyedap rasa. Penulis berharap dapat memanfaatkan peluang ini untuk membuka usaha yang bergerak dibidang produksi minuman sari buah yang memiliki vitamin dan tanpa bahan pengawet serta penyedap rasa.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

1.2.1 Visi

Membuat usaha minuman sari buah yang terkenal di masyarakat dan meningkatkan kesehatan masyarakat dengan meminum sari buah yang masih murni.

1.2.2 Misi

1. Memproduksi minuman sari buah yang berkualitas
2. Melakukan inovasi sesuai permintaan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan adalah prioritas

1.2.3 Tujuan

1. Memproduksi minuman sari buah yang berkualitas, masih segar dan murni.
2. Membuat inovasi-inovasi baru sesuai permintaan pelanggan
3. Kepuasan pelanggan adalah yang diprioritaskan daripada laba.

2. Gambaran Usaha

Minuman SABU merupakan usaha yang berkecimpung dibidang kesehatan, produk ini diusulkan karena mengingat kesehatan itu sangatlah penting dan di Universitas Negeri Jakarta sendiri tak banyak ada usaha sejenis. Memang banyak pedagang yang menjual minuman dari buah-buahan khususnya jus, namun belum ada yang memproduksi minuman sari buah murni dengan kemasan botol.

Produk ini dapat di dukung dengan jasa pengantaran, kemudahan pemesanan dan ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan. Minuman SABU ini berdasarkan pada *Low Contact System* dimana pelanggan hanya mengirimkan permintaannya lewat SMS atau melalui media sosial seperti BBM, Whatshap, Line dan dapat tidak langsung bertatap muka dengan produsen.

Karena pelanggan yang akan memesan minuman sari buah dapat mengirimkan kategori pesannya melalui SMS, BBM, WA, Line atau akun sosial media lainnya. Setelah pesanan diterima oleh produsen kemudian di kerjakan dan jika sudah selesai dapat diantarkan langsung kepada pelanggan dengan menggunakan layanan *Local Delivery Order* yang kami sediakan ataupun diambil oleh pelanggan.

3. Aspek Pemasaran

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, Positioning.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono dan Chandra, 2012:150). Minuman SABU mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi yaitu sebagai berikut

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : Minuman SABU memilih segmentasi dari usia anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : menengah dan menengah ke bawah.

b. Target Pasar

Target pasar adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012:162). Minuman SABU memilih target pasarnya yaitu lebih ke mahasiswa di lingkungan Universitas Negeri Jakarta dan masyarakat di daerah sekitarnya.

c. Positioning

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999). Inovasi yang saya lakukan adalah dengan membuat minuman yang murni tanpa adanya campuran apapun sehingga hal inilah yang membedakan minuman SABU dengan minuman sejenis lainnya.

2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran

2.1 Permintaan.

Jumlah permintaan terhadap produk sangat tergantung dari jumlah produksi produk dan tingkat penawaran produknya sendiri. Karena usaha kuliner ini belum direalisasikan dan belum ada penawaran produk ke masyarakat. Jadi, jumlah permintaan belum bisa dihitung dengan pasti hanya masih bisa diperkirakan saja.

Tabel 1. Proyeksi Permintaan

Permintaan	Perkiraan Permintaan perhari (botol)	Perkiraan Permintaan perbulan (botol)	Perkiraan Permintaan pertahun (botol)
Baik	8	240	2880
Sedang	4	120	1440

Buruk	2	60	720
-------	---	----	-----

2.2 Penawaran.

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

Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis

Nama produk pesaing sejenis	Kapasitas produk perbulan (botol)
Susu dewa	900
Soft drink	1.250
Teh poci	1.590
Total	3.740
Rata-rata	1.246

3. Strategi Pemasaran terhadap pesaing.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

3.1 Produk

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274) Jenis produk yang kami tawarkan adalah sebuah produk minuman yang berasal dari buah-buahan yang diolah menjadi minuman sari buah yang dikemas menggunakan botol. Tentunya minuman ini akan sangat dibutuhkan oleh konsumen ketika konsumen menginginkan sebuah minuman yang kaya vitamin tanpa menggunakan bahan pengawet atau penyedap rasa. Karena rasa minuman tersebut murni dari buah-buahan yang digunakan.

Produk ini berdasarkan pada *Low Contact System* dimana pelanggan hanya mengirimkan permintaannya lewat pesan, BBM, instagram, WhatsApp dan tidak langsung bertatap muka dengan produsen. Setelah pesan diterima oleh produsen

kemudian pesanan akan produsen rekap ke dalam buku rekapan dan orderan akan langsung diproses. Ketika pesanan sudah selesai maka produsen akan mengirim pesan kembali kepada konsumen agar memudahkan kami bertransaksi. Selain itu, kami juga menawarkan jasa *local delivery order*, ketika pesanan yang diinginkan sudah jadi, kami akan langsung mengirim ketempat pelanggan

3.2 Place (tempat)

Wilayah pemasaran produk usaha ini adalah kawasan wilayah Universitas Negeri Jakarta dan tidak menutup kemungkinan pula wilayah pemasaran mencakup luar wilayah universitas negeri Jakarta atau luar daerah. Hal ini dikarenakan kami memasarkan produk juga melalui via online.

3.3 Price (harga)

Harga adalah Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:281). Harga yang saya tawarkan mengenai minuman SABU ini yaitu Rp.8.000 dengan ukuran botol 350ml , dan Rp10.000 dengan ukuran botol 450ml

3.4 Promosi

Usaha ini memiliki strategi promosi dalam mempromosikan minuman sari buah yang kami buat sehingga dapat bersaing dan berkembang sesuai yang diharapkan, adapun strategi usaha yang kami miliki antara lain sebagai berikut:

1. Menggunakan Media Sosial dan media cetak sebagai Alat Promosi

Usaha minuman sari buah ini akan mempromosikan usaha melalui tulisan yang akan di *share* di media sosial antara lain: instagram, BBM, WhatsApp, dan Line. Tidak hanya melalui media sosial tapi kami akan melakukan penyebaran pamflet atau brosur di sekitaran wilayah universitas Negeri Jakarta .

2. Membangun Relasi

Usaha minuman sari buah ini akan mempromosikan usaha dengan mencari masyarakat yang membuka warung-warung kecil, toko, maupun kantin-kantin yang ada di UNJ dengan cara menitipkan produk kami ke tempat tersebut. Selain itu kami juga akan membuka siapa saja yang ingin menjadi reseller minuman sari buah ini.

3. Memberikan Bonus

Dalam mempromosikan usaha ini, kami akan memberikan bonus kepada konsumen maupun reseller berupa gratis 1 sampai 2 botol minuman sari buah setelah pembelian 25 botol minuman sari buah dan berlaku kelipatannya.

4. Analisis Strategi

4.1 *Strength* (kekuatan)

- a. Harga yang kami tawarkan sangat terjangkau bagi semua kalangan.
- b. Minuman sari buah yang kami tawarkan mengandung vitamin dan mineral yang cukup tinggi, tidak menggunakan pengawet, penyedap rasa maupun pewarna minuman.
- c. Minuman sari buah ini mempunyai kualitas yang bagus dan menggunakan buah-buahan yang segar.
- d. Kami menyediakan jasa *local delivery order* bagi konsumen yang tidak bisa mengambil pesannya.
- e. Kami membebaskan konsumen untuk memilih buah-buahan apa saja yang akan dijadikan minuman sari buah.
- f. Sistem pemasaran kami melalui jejaring sosial seperti *Instagram*, *BBM*, *WhatsApp* dan *Line*. Tidak hanya itu kami membuka peluang pekerjaan bagi siapa saja yang ingin menjual produk kami dengan menjadi *reseller* kami.
- g. Pelayanan yang kami berikan cepat, tanggap, dan ramah.
- h. Kami mengadakan semacam kuis untuk para pelanggan maupun *reseller* kami setiap bulanya untuk menambah daya tarik mereka terhadap produk kami.
- i. Kami akan memberikan bonus gratis satu botol minuman sari buah terhadap pelanggan maupun *reseller* yang telah berbelanja 25 kali.
- j. Kami akan menerima kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan maupun *reseller* kami demi kepuasan pelanggan.

4.2 *Weakness* (kelemahan)

- a. Membutuhkan sistem higienitas yang tinggi untuk memuaskan konsumen.
- b. Sistem manajemen dalam usaha ini masih tergolong sederhana.
- c. Persaingan dengan bisnis minuman yang sejenis.

4.3 *Opportunities* (peluang)

- a. Peluang untuk bisnis ini cukup terbuka lebar hal ini dikarenakan masyarakat setiap harinya membutuhkan minuman yang segar dan mengandung vitamin untuk menunjang kesehatan.
- b. Pemasaran secara online sangat membuka peluang yang besar bagi usaha ini karena promosi dan informasi bisa terus tersebar luas secara cepat.
- c. Minuman sari buah ini mencakup semua kalangan masyarakat baik perempuan maupun laki-laki serta mulai dari anak-anak, remaja, dewasa maupun para orang tua dan manula karna tak ada batasan usia dalam meminum minuman yang kaya vitamin.
- d. Saat acara kampus seperti wisuda, kita bisa membuka stand untuk berjualan. Hal ini bisa menguntungkan baik konsumen maupun produsen. Konsumen bisa mendapatkan minuman segar dan kaya vitamin ditengah keramaian dan cuaca yang membuat dahaga. Serta kami sebagai produsen dapat meningkatkan hasil penjualan kami.

4.4 *Treats* (hambatan)

- a. Jaringan internet yang lambat dan putus-putus.
- b. Stok bahan baku khususnya buah-buahan yang tidak tersedia.
- c. Media promosi yang masih minim.

5. Aspek Organisasi dan Manajemen

5.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Minuman SABU
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Timur
- d. Nama Pemilik : Aldi Widodo
- e. Alamat : Jalan Pemuda 10, Jakarta Timur
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : aldiwidodo30@gmail.com
- h. No. Telp : 089662227018

5.2 Perijinan

Untuk perijinan usaha, produsen akan mengurus hal tersebut apabila bisnis plan ini telah disetujui. Produsen akan mengurus secara resmi perijinan usaha ini. Untuk sementara produsen akan mengurus izin untuk membuka usaha terlebih dahulu pada pihak terkait seperti pihak Universitas Negeri Jakarta

5.3 Kegiatan Pra Operasional dan jadwal Pelaksanaan

Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha minuman SABU adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin di bidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut

6. Aspek Produksi

6.1 Jenis Produk

Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah minuman SABU dengan berbagai varians rasa buah murni

6.2 Volume Produk yang akan dibuat

Kapasitas produksi atau jumlah maksimum output “Minuman SABU” yang dapat diproduksi atau dihasilkan dalam waktu satu hari adalah 8 botol, satu bulan adalah 240 botol minuman sari buah

6.3 Bahan dan Peralatan yang dibutuhkan

1. Bahan dan peralatan yang dibutuhkan

1. Buah-buahan
2. Mesin Pembuat minuman SABU
3. Gula
4. Pisau
5. Sendok
6. Gelas
7. Baskom
8. Stiker usaha
9. Botol

10. Kabel roll
11. Saringan
12. Lemari Pendingin

2. Proses Produksi

Usaha yang kami ajukan adalah Minuman SABU dan sehingga proses produksi yang dilalui, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Menerima Order
2. Menganalisa Order
3. Kalkulasi Harga
4. Komponen Produksi yang Diperlukan
5. Proses Produksi (pembuatan minuman sari buah)
6. Packing
7. Delivering
8. Pembayaran.

6.4 Tenaga Kerja

Tenaga kerja dari usaha ini adalah semua anggota dari usaha minuman sari buah ini. Dalam proses pembuatan minuman sari buah, pengemasan hingga pengiriman barang, akan dilakukan sesuai dengan tugas masing-masing anggota. Tidak menutup kemungkinan untuk menyerap tenaga kerja nantinya seiring keberhasilan usaha dan peningkatan kapasitas produksi.

Baik untuk tenaga kerja yang bergerak di bidang produksi, pemasaran maupun berjualan secara langsung. Hal ini dikarenakan usaha Minuman Sari Buah ini ingin memanfaatkan sumber daya manusia yang ada dilingkungan kampus. Dengan adanya peluang kerja paruh waktu ini diharapkan mahasiswa yang tidak mempunyai kegiatan di waktu senggangnya bisa memanfaatkan peluang pekerjaan ini sehingga bisa menambah pendapatan bagi mahasiswa itu sendiri

7. Aspek Keuangan

7.1 Sumber Keuangan

Sumber pendanaan yaitu :

Modal sendiri Rp.30.000.000

Jadi total modal yang dimiliki untuk usaha ini yaitu Rp30.000.000

7.2 Kebutuhan Investasi

1. Biaya Operasional

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Mesin Pembuat Sari Buah	1 Buah	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
Buah Semangka	20 Kg	Rp 6.000	Rp 120.000
Buah Melon	20 Kg	Rp 8.000	Rp 160.000
Buah Jeruk	10 Kg	Rp 15.000	Rp 150.000
Buah Mangga	10 Kg	Rp 17.000	Rp 170.000
Buah Sirsak	10 Buah	Rp 10.000	Rp 100.000
Buah Pepaya	10 Buah	Rp 15.000	Rp 150.000
Buah Naga	10 Kg	Rp 13.000	Rp 130.000
Buah Jambu Biji	10 Kg	Rp 13.000	Rp 130.000
Buah Apel	8 Kg	Rp 28.000	Rp 224.000
Buah Strawberry	5 Kg	Rp 30.000	Rp 150.000
Buah Tomat	8 Kg	Rp 7.000	Rp 56.000
Buah Pir	8 Kg	Rp 15.000	Rp 120.000
Gula	3 Kg	Rp 15.000	Rp 45.000
Botol	240 Pcs	Rp 2.000	Rp 480.000
Stiker Usaha	2 Lembar A3	Rp 25.000	Rp 50.000

Total Biaya Variabel	Rp 5.735.000
-----------------------------	---------------------

2. Biaya Peralatan Penunjang

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Pisau	5 Buah	Rp 30.000	Rp 150.000
Gelas	5 Buah	Rp 15.000	Rp 75.000
Baskom	5 Buah	Rp 15.000	Rp 75.000
Lemari Pendingin	1 Buah	Rp 2.270.000	Rp 2.270.000
Kabel Roll	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
Sendok	5 Buah	Rp 3.000	Rp 15.000
Saringan	3 Buah	Rp 20.000	Rp 60.000
Total Biaya Investasi			Rp 2.795.000

3. Biaya Publikasi

No	Jenis Pengeluaran	Satuan	Unit	Harga Satuan	Jumlah
1	Baner	1	Buah	Rp 250.000	Rp 250.000
2	Kartu Nama	50	Buah	Rp 2.000	Rp 100.000
3	Biaya Cetak Pamflet	50	Lembar	Rp 5.000	Rp 250.000
4	Kuota Internet	1	Kartu	Rp 150.000	Rp 150.000
Total					Rp 750.000

4. Biaya Lain-Lain

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
-------------------	--------	--------------	-------------

Biaya Pengiriman	20 Dus	Rp 20.000	Rp 200.000
Biaya Promosi	-	Rp 200.000	Rp 200.000
Biaya Transportasi	-	Rp 200.000	Rp 200.000
Biaya Listrik	-	Rp 150.000	Rp 150.000
Alat tulis	1 Paket	Rp 100.000	Rp 100.000
Stempel	1 Buah	Rp 60.000	Rp 60.000
Nota	2 Buah	Rp 35.000	Rp 70.000
Keresek	4 Bungkus	Rp 30.000	Rp 120.000
Total Biaya Tetap			Rp 1.100.000

5. Biaya Gaji Karyawan

Biaya gaji	Jumlah Perbulan	Jumlah pertahun
Gaji 2 pegawai	Rp1.400.000	Rp16.800.000

Jumlah Modal Awal

1. Biaya Operasional	Rp	5.735.000
2. Biaya Peralatan Penunjang	Rp	2.795.000
3. Biaya Publikasi	Rp	750.000
4. Biaya Lain-Lain	Rp	1.100.000
5. Biaya Gaji Karyawan perbulan	Rp	1.400.000
Total Modal awal yang dibutuhkan	Rp	11.780.000

7.3 Analisis Kelayakan Usaha

Minuman SABU memerlukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha ini . Metode yang digunakan adalah Payback Periode dan Net Present Value. Perkiraan pendapatan minuman Sabu 2018-2020, dapat

diasumsikan kenaikan harga setiap tahunnya. 6% dan kenaikan penjualan setiap tahun sebesar 2%.

7.3.1 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)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih Pertahun}}$$

Investasi	Arus kas satu tahun
30.000.000	25.500.000

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:

$$PP = \frac{\text{Rp } 4.500.000 \times 12}{\text{Rp } 29.000.000} = 1 \text{ bulan}$$

jadi kesimpulan yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas bahwa Payback Periode (PP) minuman SABU dapat diterima dan pengembalian investasi berkisar 1 tahun 1 bulan

7.3.2 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 :

$$\text{NPV} = \text{Rp } 25.500.000 + \text{Rp } 29.000.000 + \text{Rp } 36.000.000 - \text{Rp } 20.000.000$$

$$\text{NPV} = \text{Rp } 90.000.000 - \text{Rp } 20.000.000$$

$$= \text{Rp } 70.000.000$$

Hasil NPV dari minuman SABU ini sebesar Rp. 70.000.000 dan mempunyai nilai positif sehingga investasi minuman SABU layak atau dapat diterima.

7.3 Analisis Keuangan.

7.3.1 BEP dalam Unit

Break Event Point (BEP) adalah harga yang ditentukan berdasarkan titik impas atau pulang pokok

- Tahun 2018

$$\text{Minuman SABU} = 2880 \text{ Botol}$$

- Tahun 2019 :

$$\text{Minuman SABU} = 4.320 \text{ Botol}$$

- Tahun 2020

$$\text{Minuman SABU} = 5.760 \text{ Botol}$$

7.3.2 BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018

$$\text{Minuman SABU} = \text{Rp } 25.500.000$$

- Tahun 2019 :

$$\text{Minuman SABU} = \text{Rp } 36.000.000$$

- Tahun 2020

$$\text{Minuman SABU} = \text{Rp } 36.000.000$$

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
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar