

# SAKACU

## ( Perencanaan Pendirian Usaha Sandal Kartun Lucu)

**Hana Pratiwi (8105163712)**

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

Email: [hanapратиwi151@gmail.com](mailto:hanapратиwi151@gmail.com)

### Abstrak

*Sakacu* adalah sebuah bisnis yang memproduksi dan menjual sandal kartun lucu. Bisnis ini melakukan inovasi baru terhadap sandal jepit agar menarik untuk dibeli. Bisnis ini juga menyediakan jasa *Delivery Order*. Promosi bisnis ini dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, Whatsapp dan Twitter. Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang dilihat dari aspek pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek produksi dan aspek keuangan, bisnis ini layak untuk dijalankan.

*Kata Kunci: Sakacu, Sandal Kartun Lucu*

### Abstract

*Sakacu is a business that produces and sells cute cartoon sandals. The business is innovating new sweet potatoes to be attractive for consumption. This business also provides Delivery Order service. This business promotion is done through social media like Instagram, Facebook, Line, Whatsapp and Twitter. Based on business feasibility analysis seen from marketing aspect, organizational and management aspects, production aspect and financial aspect, this business is feasible to run.*

*Keywords: Sakacu, Cute Cartoon Sandals*

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha**

Menurut Hooper bisnis merupakan keseluruhan yang kompleks pada bidang-bidang industri dan penjualan, industri dasar, prosesnya, industri manufaktur dan jaringan, asuransi, perbankan, distribusi, transportasi dan lainnya yang kemudian masuk secara menyeluruh dalam dunia bisnis. Tujuannya memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakannya. Penulis sebagai wirausaha membuka usaha produksi sandal dimana disandal tersebut terdapat keunikan berupa gambar dari beberapa film kartun yang ada.

Alas kaki atau yang dikenal dengan sebutan sepatu / sandal adalah bagian penting dalam kehidupan sehari – hari untuk menunjang segala kegiatan. Bentuk sandal jepit yang itu – itu saja, membuka celah untuk menghadirkan bentuk sandal yang baru, unik, dan juga menarik sebagai pilihan untuk konsumen. Perkembangan mode yang terus bermunculan dan berkembang dengan cepatnya, memacu kita sebagai generasi muda untuk lebih kreatif dalam mengembangkan sebuah karya cipta.

Salah satu cara penulis adalah dengan mencoba mengembangkan dan menciptakan karya alas kaki yang terinspirasi dari karakter – karakter kartun lucu. Industri sandal karakter bermula pada melihat kebutuhan masyarakat akan alas kaki sangat tinggi, sehingga saya mempunyai ide untuk memproduksi sandal jepit namun dengan karakter unik seperti tokoh kartun dan animasi. Sandal ini saya buat dengan tujuan agar para pengguna tidak bosan dengan bentuk sandal yang itu – itu saja.

Usaha kerajinan sandal karakter ini adalah jenis usaha kerajinan berskala kecil yang khusus hanya memproduksi berbagai macam sandal berbahan karet yang dibentuk dengan pola karakter kartun/animasi yang sedang ramai ditonton oleh para konsumen. Bahan baku yang digunakan tidak terlalu sulit dan mudah didapat. Para konsumen juga bisa me-request gambar tokoh apa yang konsumen inginkan.

### **1.2 Visi, Misi dan Tujuan**

#### **1.2.1 Visi**

“Menjadikan Sakacu sebagai usaha yang populer ditengah kalangan masyarakat yang suka ataupun tidak suka menonton film kartun atau animasi.”

### **1.2.2 Misi**

1. Mengutamakan kualitas dan pelayanan
2. Berorientasi kepada kepuasan konsumen
3. Mengembangkan inovasi baik dalam produk maupun pelayanan
4. Memperluas usaha di berbagai tempat strategis

### **1.2.3 Tujuan**

1. Mendapatkan keuntungan dari produk ini
2. Membuat produk sandal yang mempunyai inovasi baru dan disukai seluruh kalangan masyarakat
3. Memenuhi kebutuhan masyarakat.

## **2. GAMBARAN USAHA**

Sakacu merupakan usaha home industry yang berlokasi di Jl. Mandar 1 No.12 Rt 01 Rw 09, Bukit Duri, Jakarta Selatan. Penjualan produk ini menggunakan media social seperti Instagram, Line, Whatsapp, Facebook dan Twitter.

Sakacu dibuat dengan sandal jepit yang berbahan dasar karet. Langkah pembuatannya tidak terlalu rumit, pertama sandal dibentuk sesuai dengan karakter kartun yang diinginkan, lalu dilapisi dengan kain flanel, agar lebih terlihat menarik maka ditambahkan boneka flanel.

Target usaha ini terutama bagi para ibu yang memiliki anak – anak kecil. Oleh karena itu, saya berusaha untuk mengembangkan usaha ini agar dapat lebih maju lagi. Karenanya sangat besar harapan saya untuk dapat menjalankan dan mengembangkan usaha ini dengan semaksimal mungkin.

## **3. ASPEK PEMASARAN**

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

#### **3.1.1 Segmentasi**

Segmentasi adalah pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. Segmentasi pasar perlu diperhatikan beberapa variabel. Pertama, Segmentasi geografis Sakacu berada di Bukit Duri, Jakarta Selatan. Kedua, Segmentasi demografis Sakacu menuju pada anak-anak,

remaja hingga dewasa, serta dapat dinikmati dikalangan bawah, menengah dan atas. Ketiga, Segmentasi psikografis Sakacu termasuk sandal jepit yang unik, sehingga masyarakat yang menyukai film kartun atau akan menyukainya. Keempat, Segmentasi berdasarkan perilaku, masyarakat akan merespon baik karena bahan baku dari Sakacu aman. (Purwana dan Hidayat, 2016:78)

### **3.1.2 Targeting**

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).

Sakacu menargetkan produknya kepada anak-anak, pelajar hingga dewasa dari usia 6 tahun sampai dengan 30 tahun serta masyarakat yang menyukai makanan film kartun atau animasi di semua usia. Dan menargetkan untuk membuka kios di lokasi-lokasi yang strategis yang dapat dijangkau oleh konsumen.

### **3.1.3 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).

Positioning dari Sakacu adalah menjadikan Sakacu sebagai sandal jepit kekinian yang dapat bersaing dengan produk lain dengan mengunggulkan warna serta gambar yang unik.

## **3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran**

### **3.2.1 Permintaan**

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. (Rahardja dan Manurung, 2010:20) Perkiraan pada permintaan Sakacu ini adalah dengan membagikan 20 kusioner dengan secara acak kepada konsumen dan melakukan wawancara langsung. Dengan perbandingan 17 menyukai sakacu ini dan 3 orang tidak menyukainya.

### **3.2.2 Penawaran**

Penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual (produsen) pada berbagai tingkat harga dan dalam waktu tertentu (per hari, per minggu, per tahun).

**Tabel 1. Jumlah Penawaran Pesaing**

<b>Pesaing</b>	<b>Penawaran pertahun (cup)</b>
Nomi Sandal's	11.000
Dica Sandal's	10.200
Loopi Sandal's	13.000
<b>Total</b>	<b>34.200</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>11.400</b>

Sumber: Hasil wawancara dari outlet masing-masing

### 3.3. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

**Tabel 2. Prediksi Rencana Penjualan Sakacu Per Tahun**

	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Permintaan	10.000	11.500	13.000
Penawaran	9.000	10.000	12.000
Rencana penjualan	9.000	10.000	12.000

### 3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan terhadap Pesaing

#### 3.4.1 Produk (*Product*)

Produk adalah barang fisik atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. (Madura, 2007:646). Produk Sakacu ini diolah dari bahan-bahan berkualitas dan dengan gambar dan hiasan yang unik.

#### 3.4.2 Harga (*Price*)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Manap 2016:289). Harga yang diberikan penulis kepada konsumen untuk Sakacu sebesar Rp 25.000

#### 3.4.3 Distribusi (*Place*)

Distribusi dilakukan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Untuk saat ini jalur distribusi yang dipakai untuk menyalurkan produk yaitu distribusi tidak langsung, karena masih melakukan penjualan secara online (belum membuka toko). Sehingga produk disalurkan dari

produsen ke pengantar barang terlebih dahulu, setelah itu baru kepada konsumen.

#### **3.4.4 Promosi (*Promotion*)**

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Promosi dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan (Purwana dan Hidayat, 2016:93). Berikut ini contoh promosi yang akan Sakacu lakukan demi meningkatkan penjualan yaitu:

1) Periklanan

Sakacu akan menggunakan sarana media cetak seperti brosur dan koran serta media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, Whatsapp dan Twitter untuk mempromosikan produk sekaligus sebagai media testimoni untuk para *customer* baru agar tertarik membeli Sakacu.

2) Personal Selling

Penjualan yang dilakukan sendiri oleh *owner* dengan cara menawarkan langsung kepada keluarga, teman, sahabat dan masyarakat sekitar.

### **3.5 Analisis SWOT**

#### **3.4.1 Strength (Kekuatan)**

1. Minat konsumen akan produk sandal kartun lucu masih sangat besar.
2. Produk menggunakan bahan baku berkualitas
3. Produk yang ditawarkan unik
4. Harga yang ditawarkan terjangkau
5. Sandal di desain full colour dengan bentuk karakter dan gambar yang lucu dan terkesan hidup.
6. Sandal mudah didapatkan dan nyaman saat dipakai.

#### **3.4.2 Weakness (Kelemahan)**

1. Produk Sakacu belum dikenal masyarakat
2. Produk tidak tahan lama jika terlalu sering dikenakan air.

#### **3.4.3 Opportunities (Peluang)**

1. Bahan yang digunakan mudah didapat.
2. Penjual nya tidak terlalu banyak, karena hanya toko sandal tertentu yang menjual sandal unik dengan tokoh kartun terlebih kain flanel.
3. Pengelolaan cukup mudah dan mendatangkan keuntungan yang cukup banyak.
4. Sandal ini memiliki konsep yang unik.
5. Masyarakat membutuhkan produk yang murah meriah.

### 3.4.4 *Thearts* (Ancaman)

1. Memiliki produk substitusi (sepatu)
2. Sudah banyak online shop saat ini.
3. Harus terus berinovasi agar dapat bertahan.

## 4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

### 4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh Sakacu:

1. Nama Usaha : Sakacu
2. Jenis Usaha : Sandal
3. Alamat Usaha : Bukit Duri, Jakarta Selatan
4. Nama Pemilik : Hana Pratiwi
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha

### 4.2 Perijinan

Usaha Sakacu merupakan usaha produksi sandal yang masih tergolong usaha kecil maka Sakacu memerlukan perijinan dari RT (Rukun Tetangga) atau RW (Rukun Warga). Jika usaha Sakacu berkembang baik maka pemilik akan melakukan perijinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di kota Jakarta.

### 4.3 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, maka diperlukan riset dan survei pasar yang dilakukan untuk melihat sebuah peluang, kebutuhan dan keinginan konsumen.

**Tabel 3. Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan**

No	Kegiatan	Uraian Usaha	Jadwal Pelaksanaan
1.	Survei pasar	1. Membagikan kuesioner kepada masyarakat sekitar daerah Menteng Atas	3 minggu
2.	Menyusun konsep dan rencana	1. Membuat konsep desain produk dan tempat produksi	2 minggu
3.	Mencari pemasok bahan baku	1. Mencari pemasok bahan baku dengan melakukan survei ke beberapa tempat	1 minggu
4.	Perijinan	1. Mengurus perijinan di RT atau RW setempat	2 minggu

		2. Mengurus berkas-berkas yang diperlukan untuk pembuatan surat izin usaha perdagangan	
5.	Menyediakan peralatan dan perlengkapan serta bahan baku	1. Membeli bahan baku ditempat pemasok 2. Membeli dan menyediakan peralatan serta perlengkapan yang menunjang kegiatan usaha	2 minggu
6.	Menata barang	1. Menyusun peralatan dan perlengkapan serta bahan baku	1 minggu
7.	Uji coba produksi	1. Membuat produk yang akan dipasarkan	2 minggu
8.	Promosi	1. Melakukan promosi di Instagram, Facebook, Twitter dsb 2. Melakukan promosi melalui personal selling kepada kerabat dan keluarga	3 minggu

Dalam proses penjualan Sakacu, pelayanan penjualan dilakukan dengan sistem *online* dimana konsumen harus memesan via media sosial yang sudah disediakan tanpa harus datang ke tempat usaha. Tetapi untuk kerabat atau tetangga mereka bisa membelinya dengan datang langsung ke tempat pembuatan (rumah/kantor saya).

#### **4.4 Inventaris Kantor dan *Supply* Kantor**

##### **4.4.1 Inventaris**

Inventaris kantor Sakacu berupa kalkulator. Kalkulator digunakan sebagai alat untuk menghitung berapa besar pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, kantor juga membutuhkan Stampel untuk mengisi kupon setiap sekali pembelian.

##### **4.4.2. *Supply***

*Supply* kantor digunakan untuk menunjang kegiatan Sakacu seperti menulis pesanan konsumen. Seperti buku kas, buku nota, pena, dan brosur.

## **5. ASPEK PRODUKSI**

### **5.1 Pemilihan Lokasi Usaha**

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh Sakacu berada pada Jalan Mandar 1 Rt 01 Rw 09 No 12, Bukit Duri, Jakarta Selatan. Lokasi ini dipilih karena tempat ini merupakan tempat tinggal saya, sehingga lebih menghemat pengeluaran (tidak menyewa tempat). Selain itu rumah saya berada di pinggir



jalan besar serta yang disampingnya banyak rumah warga, serta pasar sehingga lebih strategis.

## **5.2 Rencana Tata Layout**

Untuk tata layout di kantor atau tempat jualan sendiri, sandal akan ditata menggunakan rak-rak sandal, agar sandal terlihat rapi. Selain itu nantinya kantor akan diberi pernik pernik yang berbau kartun atau anime agar dapat menarik minat beli masyarakat.

## **5.3 Proses Produksi**

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 1995). Berikut merupakan proses pembuatan Sakacu:

1. Siapkan sepasang sandal karet.
2. Siapkan sepasang boneka flanel (bisa Anda beli di toko perlengkapan aksesoris/alat jahit) dan aksesoris lainnya yang menarik.
3. Siapkan bahan kain flanel dengan berbagai macam warna, buat ukuran lebar 3 cm dan panjang 60 cm sebanyak 2 helai.
4. Siapkan lem lilin (lem tembak).
5. Apabila bahan sudah siap, bentuk sandal sesuai dengan karakter kartun yang diinginkan.
6. Lanjutkan dengan memberikan lem lilin atau lem tembak pada permukaan pangkal tali sandal.
7. Setelah diberi lem, tempelkan ujung bahan kain flanel yang menjadi dasar pada permukaan yang telah diberi lem, tekan-tekan sedikit sampai menempel kuat sambil mengikuti pola bentukan sandal.
8. Usahakan ujung bahan kain kaos tidak terlihat, agar lilitan terlihat lebih rapi. Caranya, lilitkan 2 sampai 3 kali pada pangkal tali sandal kemudian lanjutkan lilitan berikutnya hingga seluruh permukaan tali sandal tertutup dengan rapi (pastikan semua permukaan tali telah diberi lem dan lakukan secara bertahap karena lem cepat kering).
9. Lilitkan terus bahan kaos sampai bagian depan tali dan jangan lupa pada bagian depan tali (yang menyudut) lakukan pelilitan hingga 2 – 3 kali, agar ujung kain tidak terlihat. Bila proses pelilitan telah selesai, rapikan dengan menggunting kelebihan bahan kain kaos lalu lebihkan kain kira-kira 5 cm untuk pelilitan akhir (agar lebih rapi, usahakan ujung kain kaos berada di bawah permukaan tali sandal).
10. Tempelkan lem pada sudut tali sandal untuk menempelkan boneka flanel yang sudah disiapkan. Tempelkan pula potongan-potongan kain flanel agar membentuk karakter kartun yang diinginkan.
11. Agar lebih kuat, tambahkan pula lem pada bagian belakang boneka dan tekan kuat-kuat agar boneka terpasang dengan baik.

#### **5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu**

Bahan baku adalah bahan dasar yang digunakan untuk menunjang pembuatan suatu barang ataupun makanan serta minuman. Bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat sakacu adalah sandal karet, kain flanel, boneka flanel. Sementara Bahan pembantu adalah bahan yang juga digunakan sebagai bahan pembuat barang tersebut tetapi memiliki peran yang lebih sedikit, seperti gunting, dan lem.

#### **5.5 Tenaga Produksi**

Tenaga produksi atau tenaga kerja berperan penting untuk membantu baik proses produksi maupun proses penjualan produk hingga ketangan konsumen. Karena usaha ini baru akan dimulai, maka usaha ini hanya akan mempekerjakan satu orang karyawan nantinya, dengan dibantu oleh saya. Tetapi, ketika usaha ini sudah semakin berkembang maka saya akan mempekerjakan beberapa karyawan lagi, tentunya dengan kriteria yang sesuai, seperti rajin dan kreatif.

#### **5.6 Mesin dan Peralatan**

**Tabel 4. Mesin dan peralatan**

<b>No</b>	<b>Mesin dan peralatan</b>	<b>Keterangan</b>
1	Lem Tembak	Untuk melehkan lem lilin
2	Plastik pembungkus	Untuk membungkus sandal yang akan dijual
3	Kardus packing	Untuk membungkus sandal yang akan didistribusikan
4	Lakban bening besar	Untuk mengelem kardus pembungkus
5	Rak sandal	Untuk meletakkan sandal yang akan dijual dirumah.

Sumber: Penulis, 2018

#### **5.7 Tanah dan Gedung**

Lokasi usaha yang dipilih untuk memproduksi Sakacu adalah di rumah sendiri sehingga tidak memerlukan biaya sewa tempat. Lokasi berada di Jalan Mandar 1 no 12, Bukit Duri, Jakarta Selatan.

## 6. ASPEK KEUANGAN

### 6.1 Sumber Keuangan

Modal merupakan dana yang dibutuhkan dalam memulai sebuah bisnis. Modal digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva serta operasional dalam bisnis. Modal awal Sakacu diperkirakan sebesar Rp 7.000.000,-. Modal tersebut didapatkan dari modal pribadi penulis/ pemilik usaha.

### 6.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

**Tabel 5. Kebutuhan Modal Investasi Sakacu**

<b>Nama Barang</b>	<b>Banyak</b>	<b>Harga/unit</b>	<b>Jumlah</b>
Lem tembak	3 pcs	Rp25.000	Rp75.000
Rak sandal	2 pcs	Rp900.000	Rp1.800.000
<b>Total Kebutuhan Modal Investasi</b>			<b>Rp1.750.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Kebutuhan sumber daya modal investasi Sakacu meliputi barang-barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan serta kegiatan penjualan Sakacu dengan modal investasi sebesar Rp1.750.000

**Tabel 6. Peralatan Depresiasi Sakacu**

<b>Peralatan</b>	<b>Total</b>	<b>Harga total (Rp)</b>	<b>Umur ekonomis</b>	<b>Depresiasi</b>
Lem tembak	3 pcs	Rp75.000	3	Rp25.000
Rak sandal	2 pcs	Rp1.800.000	3	Rp600.000
<b>Total Depresiasi</b>				<b>Rp625.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Sakacu menetapkan nilai ekonomis selama 3 tahun untuk masing-masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp625.000

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

**Tabel 7. Biaya Perlengkapan Kantor Sakacu**

<b>Uraian</b>	<b>Unit</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Kalkulator	2 pcs	Rp30.000	Rp60.000
Stample	1 pcs	Rp35.000	Rp35.000
Buku Kas	5 pcs	Rp15.000	Rp75.000
Buku Nota	2 lusin	Rp25.000	Rp50.000
Pena	3 kotak	Rp10.000	Rp30.000
Brosur	3 rim	Rp50.000	Rp150.000
<b>Jumlah</b>			<b>Rp400.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Sakacu sebesar Rp400.000 per tahun.

**Tabel 8. Kebutuhan Modal Kerja Sakacu**

<b>Uraian</b>	<b>Unit</b>	<b>Harga per unit</b>	<b>Jumlah</b>
Sandal Jepit	500 pasang	Rp10.000	Rp5.000.000
Kain Flanel	100 m	Rp15.000	Rp1.500.000
Boneka Flanel	1000 buah	Rp3.000	Rp3.000.000
Gunting	50 buah	Rp5.000	Rp250.000
Jarum	70 buah	Rp3.000	Rp210.000
Lem lilin	30 kg	Rp50.000	Rp1.500.000
Plastik pembungkus	25 kg	Rp10.000	Rp250.000
Kardus packing	1000 buah	Rp2.000	Rp2.000.000
Lakban bening besar	50 bungkus	Rp15.000	Rp750.000
<b>Total Modal Kerja Per Bulan</b>			<b>Rp1.205.000</b>
<b>Total Modal Kerja Per Tahun</b>			<b>Rp14.460.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Kebutuhan modal kerja pertahun yang dibutuhkan oleh Sakacu per bulan adalah Rp 1.205.000 dan dalam setahun sebesar Rp14.460.000

**Tabel 9. Biaya Operasional Sakacu**

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah per Bulan</b>	<b>Jumla per Tahun</b>
Biaya listrik dirumah produksi	Rp300.000	Rp3.600.000
Biaya air dirumah produksi	Rp150.000	Rp1.800.000
Brosur	Rp100.000	Rp1.200.000
Biaya transportasi	Rp150.000	Rp1.800.000
Biaya internet	Rp250.000	Rp3.000.000
<b>Jumlah</b>	<b>Rp950.000</b>	<b>Rp11.400.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Biaya operasional Sakacu dalam sebulan sebesar Rp950.000 dan dalam setahun sebesar Rp11.400.000

**Tabel 10. Biaya Gaji Sakacu**

<b>Biaya gaji</b>	<b>Jumlah per Bulan (Rp)</b>	<b>Jumlah per Tahun (Rp)</b>
Gaji Pegawai	Rp1,000,000	Rp12,000,000
Gaji Pemilik	Rp1,250,000	Rp15,000,000
<b>Total Gaji</b>	<b>Rp2,250,000</b>	<b>Rp27,000,000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Sakacu menggunakan satu orang tenaga kerja, dengan biaya gaji sebesar Rp1.000.000 per bulan. Dengan biaya gaji setahun mencapai Rp12.000.000. Sementara sebagai pemilik saya mendapatkan gaji sebesar Rp1.250.000 per bulan dan Rp15.000.000 per tahun.

#### **6.4 Analisis Kelayakan Usaha**

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting untuk untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. (Purwana, Hidayat 2016: 10)

**Tabel 11 Analisis Kelayakan Bisnis**

<b>Keterangan</b>	<b>2018 (Rp)</b>	<b>2019 (Rp)</b>	<b>2020 (Rp)</b>
<b>Pendapatan Penjualan</b>	<b>110.000.000</b>	<b>125.000.000</b>	<b>135.000.000</b>
<b>Modal Investasi</b>	<b>1.750.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Biaya Tetap:			

Biaya Gaji Pemilik	15.000.000	17.000.000	18.500.000
Biaya Gaji Karyawan	12.000.000	13.000.000	14.000.000
Depresiasi	625.000	625.000	625.000
<b>Total Biaya Tetap:</b>	<b>27.625.000</b>	<b>30.625.000</b>	<b>33.125.000</b>
Biaya Variable			
Bahan Baku	14.460.000	15.000.000	15.200.000
Biaya Brosur	1.200.000	1.300.000	1.400.000
Biaya Internet	3.000.000	3.150.000	3.250.000
Biaya Transportasi	1.800.000	2.000.000	2.100.000
Biaya Listrik	3.600.000	3.800.000	3.900.000
Biaya Air	1.800.000	1.950.000	2.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	400.000	400.000	400.000
<b>Total Biaya Variable</b>	<b>26.260.000</b>	<b>27.600.000</b>	<b>28.250.000</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>53.885.000</b>	<b>58.225.000</b>	<b>61.375.000</b>
Arus Kas Sebelum Pajak	56.115.000	66.775.000	73.625.000
Pajak (1%)	1.100.000	1.250.000	1.350.000
Arus Kas Bersih (EAT)	55.015.000	65.525.000	72.275.000
Depresiasi	625.000	625.000	625.000
Kas Bersih	55.640.000	66.150.000	72.900.000
Investasi	55.010.000	110.650.000	176.800.000
Kas	110.650.000	176.800.000	249.700.000
Discount Factor (10%)	0,9090	0,8264	0,7513
<b>PV Kas Bersih</b>	<b>50.576.760</b>	<b>54.666.360</b>	<b>54.769.770</b>

Kas bersih Purple Balls tahun 2018 adalah Rp. 50.576.760 , tahun 2019 adalah Rp. 54.666.360 dan tahun terakhir 2020 adalah Rp. 54.769.770

### 6.4.1 Payback Period

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Semakin kecil periode atas pengembaliannya, maka akan semakin cepat pula proses pengembalian suatu investasi dari usaha tersebut (Hidayat dan Purwana 2016, h.150).

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

Jumlah Investasi = Rp 55.010.000

Arus Kas Thn Ke-1 = RP 55.640.000

$$= 55.010.000/55.640.000 \times 12$$

$$= 11.864 \sim 12 \text{ bulan atau 1 tahun}$$

Pada perhitungan di atas didapatkan bahwa payback period pada usaha Sakacu adalah selama 1 tahun.

### 6.4.2 Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (PV of proceed) dengan PV investasi (capital outlays) selama umur investas. Net Present Value (NPV) merupakan analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha.

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih}_1}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih}_2}{(1+r)^2} + \frac{\text{Kas bersih}_3}{(1+r)^2} - \text{Investasi}$$

Atau NPV = Total PV kas bersih – Investasi

$$\begin{aligned} \text{Total PV kas bersih} &= 50.576.760 + 54.666.360 + 54.769.770 \\ &= 160.012.890 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} NPV &= 160.012.890 - 55.010.000 \\ &= 105.002.890 \end{aligned}$$

Hasil NPV dari Sakacu sebesar Rp 105.002.890 yang mempunyai nilai positif. Maka investasi Purple Balls layak atau dapat diterima.

### 6.4.3 Internal Rate of Return

Internal Rate Of Return (IRR) adalah analisis manfaat finansial yang memperhitungkan tingkat pengembalian bunga suatu investasi. Dimana pada IRR memperhitungkan tingkat suku bunga nilai sekarang investasi dibandingkan dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa mendatang (Hidayat dan Purwana 2016, h.133).

IRR sangat penting untuk mendapatkan imbal hasil saat jatuh tempo. Dari perhitungan IRR didapatkan hasil sebesar 53% yang ternyata nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai BI rate sebesar 6.5% sehingga usaha ini layak untuk di jalankan.

### 6.5 Analisis Keuntungan

#### Break Even Point

Break Even Point ditentukan berdasarkan titik impas atau titik pulang pokok (Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Puvin Lava menurut Hidayat Purwana, dalam buku Studi Kelayakan Bisnis:

#### BEP dalam Unit

BEP yang dinyatakan dalam jumlah penjualan produk di nilai tertentu:

$$BEP = \frac{TFC}{P-VC}$$

$$BEP\ 2018 = 53.885.000 / 25.000 - 10.000 = 3.592\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2019 = 58.225.000 / 25.000 - 15.000 = 5.822\ \text{unit}$$

$$BEP\ 2020 = 61.375.000 / 25.000 - 20.000 = 12.275\ \text{unit}$$

#### BEP dalam Rupiah

BEP yang dinyatakan dalam jumlah penjualan atau harga penjualan tertentu.

$$BEP = \left( 1 - \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Kontribusi margin per unit}} \right) \text{ harga per unit}$$



**\*Dalam Rp**

$$\text{BEP 2018} = 53.885.000 / (1 - (10.000 / 25.000)) = 89.808.333$$

$$\text{BEP 2019} = 58.225.000 / (1 - (15.000 / 25.000)) = 97.041.666$$

$$\text{BEP 2020} = 61.375.000 / (1 - (20.000 / 25.000)) = 306.875.000$$

## 6.6 Laporan Keuangan

### 6.6.1 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha dalam suatu periode tertentu. Dalam laporan ini tergambar jumlah pendapatan dan sumber-sumber pendapatan serta jumlah biaya dan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan. (Hidayat dan Purwana, 2016:148)

**Tabel 12. Laporan Laba/Rugi Sakaku**

	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Pendapatan</b>	Rp. 110.000.000	Rp. 125.000.000	Rp. 135.000.000
Biaya bahan baku	Rp. 14.460.000	Rp. 15.000.000	Rp. 15.200.000
Biaya perlengkapan	Rp. 400.000	Rp. 400.000	Rp. 400.000
Biaya lain-lain	Rp. 25.860.000	Rp. 27.200.000	Rp. 27.850.000
Beban depresiasi	Rp. 625.000	Rp. 625.000	Rp. 625.000
Total Biaya Operasi	Rp. 53.885.000	Rp. 58.225.000	Rp. 61.375.000
Arus Kas Sebelum Pajak	Rp. 56.115.000	Rp. 66.775.000	Rp. 73.625.000
Pajak (1%)	Rp. 1.100.000	Rp. 1.250.000	Rp. 1.350.000
Arus Kas Bersih (EAT)	Rp. 55.015.000	Rp. 65.525.000	Rp. 72.275.000

### 6.6.2 Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan laporan yang berisi catatan terjadinya perubahan modal di perusahaan. (Hidayat dan Purwana, 2016:149).

**Tabel 13. laporan perubahan modal (Rp)**

	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
Modal Awal	55.010.000	110.025.000	175.550.000
Laba Bersih	55.015.000	65.525.000	72.275.000
<b>Modal Akhir</b>	<b>110.025.000</b>	<b>175.550.000</b>	<b>247.825.000</b>

### 6.6.3 Neraca

Neraca merupakan laporan yang meunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Posisi keuangan yang dimaksud adalah posisi aktiva (harta) dan passiva (kewajiban dan ekuitas) suatu perusahaan. (Hidayat dan Purwana, 2016:148).

**Tabel 14. Laporan kas Sakacu (Rp)**

	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Kas Bersih	55.640.000	66.150.000	72.900.000
Investasi Awal	55.010.000	110.650.000	176.800.000
<b>Kas</b>	<b>110.650.000</b>	<b>176.800.000</b>	<b>249.700.000</b>

**Tabel 15. Laporan Neraca Sakacu (Rp)**

<b>Aktiva</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Kas	110.650.000	176.800.000	249.700.000
Peralatan	1.750.000	1.125.000	500.000
Depresiasi	625.000	625.000	625.000
Nilai. Bersih Peralatan	1.125.000	500.000	570.000
Perlengkapan	400.000	400.000	400.000
<b>Total Aktiva</b>	<b>111.050.000</b>	<b>177.200.000</b>	<b>250.100.000</b>
<b>Passiva</b>			
Hutang	0	0	0
Modal	110.025.000	175.550.000	247.825.000
<b>Total Passiva</b>	<b>110.025.000</b>	<b>175.550.000</b>	<b>247.825.000</b>

## DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman A. Karim, (2007), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007

Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Purwana, Dedi, & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo.

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Rajagrafindo

Sugiarto, Herlambang, tedy dkk. 2005. *Ekonomi Mikro sebuah karya komprehensif*, Pt Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.