

Dragon Bomb

(Perencanaan Pendirian Usaha Jus Buah Naga dengan Whipcream Dalam Cup)

Galih Prihastomo, Lutfiah Islamiah, Masayu Rifdah Fakhirah , Nabila Aulia Rachmi, Rismawati Nurul Fadilah

e-mail : galihpri23@gmail.com, Lutfiahislamiah@gmail.com,
masayurifdah@gmail.com , nabilaauliarahmi@gmail.com, rismawtnf@gmail.com

Ringkasan Eksekutif

Dragon Bomb adalah perencanaan usaha buah naga yang di jus dengan tambahan whipcream dan potongan buah naga yang dikemas dalam sebuah cup. *Dragon Boom* ini memiliki 4 varian topping seperti , ice cream, nata de coco, jelly, strawberry dan yogurt. Dengan harga Rp 10.000 untuk yang original dan Rp 15.000 untuk varian topping, Usaha ini menggunakan *booth* yang berlokasi di Jl. Pemuda , Rawamangun, Jakarta Timur . Modal awal yang digunakan *Dragon Bomb* dalam pembukaan usaha adalah sebesar Rp . Berdasarkan analisis kelayakan usaha dengan menggunakan metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate Of Return*(IRR) dapat diambil kesimpulan bahwa *Dragon Boom* layak dijalankan dan memiliki peluang usaha di masa depan.

Kata kunci : *Dragon Bomb* , Jus Buah

Executive summary

Dragon Bomb is a dragon fruit business planning in juice with the addition of whipcream and dragon fruit pieces packaged in a cup. *Dragon Bomb* has 4 variants such as topping, ice cream, nata de coco, jelly, strawberry and yogurt. With the price of Rp 10,000 for the original and Rp 15,000 for the topping variant, this business uses a *booth* located on Jl. Pemuda, Rawamangun, East Jakarta. The initial capital used by *Dragon Boom* in business opening is Rp 98.000,00. Based on business feasibility analysis using *Payback Period* (PP) method, *Net Present Value* (NPV) and *Internal Rate Of Return* (IRR) can be concluded that *Dragon Boom* is feasible to run and have business opportunity in the future.

Keywords: *Dragon Bomb*, Fruit Juice

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Pada umumnya kebutuhan suatu produk semakin meningkat, terutama kebutuhan pangan atau makanan. Kebutuhan manusia untuk memenuhi kebutuhan primernya yaitu makan dan minum selalu mendorong seseorang untuk membeli barang-barang konsumsi (makanan & minuman) setiap hari. Karena buah naga juga dapat menambah vitamin dan sangat bermanfaat bagi tubuh.. Salah satu factor utamanya seseorang mencari minuman yang lagi trend, dan hitz pada zaman sekarang sangat penting bagi kalangan remaja, seseorang akan membutuhkan minuman yang segar dan bervitamin tinggi. Faktanya dengan seseorang menawarkan jenis minuman apapun saat ini ada saja yang membelinya apalagi dengan keunikan nama, hiasan, topping, atau tempat pada penjualan yang cukup layak dan harga terjangkau memungkinkan menjadi peluang usaha kecil. Di siang hari saat cuaca panas juga memungkinkan untuk dragon boom dapat menikmatinya. Berkembang pesatnya industri dragon boom (buah naga dengan selasih dan cream) di Indonesia memberikan motivasi yang lebih untuk penulis memasuki bisnis ini. Hal ini mendorong kami untuk memenuhi kebutuhan konsumsi (makanan & minuman) dengan mendirikan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang minuman segar *dragon boom* minuman segar yang terbuat dari es buah naga, cream, dan selasih. Sebagai target pasar kami adalah mahasiswa. Manfaat buah naga yaitu: Menyegarkan dan menyehatkan badan, Kaya Vitamin dan Bermanfaat bagi tubuh

Berdasarkan hal-hal diatas, kami berencana untuk memproduksi minuman ini sebagai minuman yang sehat dan menyegarkan yaitu berupa es buah naga. Kami mendapatkan ide ini karena setiap hari melihat mahasiswa selalu mencari minuman yang segar sebagai pelepas dahaga disiang hari. Dan sedikitnya orang yang memilih berjualan minuman membuat kami memilih peluang ini. Sehingga usaha ini diberi nama DRAGON BOOM.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

1.2.1 Visi :

Memperluas jangkauan pasar Dragon Bom dengan membuka stand di wilayah-wilayah terdekat dengan kampus dan mahasiswa di Jalan Pemuda, rawamangun. Dengan Dragon Boom di wilayah kemaraian orang banyak serta membuat stand di mall yang sering orang pergi dan pangsa pasar yang potensial .

1.2.2 Misi :

1. Mengenalkan Dragon Boom sebagai salah satu minuman paling segar dan kaa akan manfaat di Jakarta.
2. Melakukan inovasi-inovasi berkelanjutan dengan macam-macam rasa dan mungkin topping yang banyak, atau dengan menambahkan ice cream, dengan alat produksi buah naga.
3. Memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat (pembeli)
4. Menjadikan pembeli sebagai customer atau pelanggan setia.

5. Menciptakan lapangan pekerjaan di wilayah-wilayah lain dengan banyak stand.
6. Menjadikan Dragon Boom menjadi salah satu minuman pilihan utama masyarakat di wilayah-wilayah tempat tinggalnya.

1.2.3 Tujuan :

1. Melakukan promosi – promosi menarik dan t
2. estimoni menarik di media sosial *instagram* secara berkelanjutan. Melakukan survei dan membuat varian rasa baru pada Dragon Boom yang biasanya menggunakan buah mangga
3. Melakukan riset, membuat produk sesuai dengan permintaan konsumen dan selalu melayani pelanggan dengan baik dan ramah.
4. Melakukan inovasi – inovasi pada produk dan tetap menjaga kualitas produk.
5. Menyediakan lapangan pekerjaan untuk tenaga kerja yang berada di wilayah DKI Jakarta khususnya Jakarta Timur.

2. GAMBARAN USAHA

Konsep kelompok usaha penulis adalah dengan jualan menggunakan Booth Ukurannya itu sendiri yaitu 2 x 2 meter, dengan durasi kerja 5 hari seminggu atau 20 hari sebulan. Lokasi penjualan menggunakan booth ini di Jl. Pemuda. Pemilihan lokasi ini dikarenakan letaknya yang strategis berdekatan dengan sekolah serta kampus yaitu SD, SMP, SMA LabSchool dan Universitas Negeri Jakarta.

Dragon Bomb dibuat dengan proses pengejuskan dengan menggunakan blender. Yang dilakukan di rumah produksi yang berlokasi di Jl. A Lorong 2 C No.33 D. Semua bahan untuk Dragon Boom menggunakan buah naga, whipcream dan susu. Dragon Boom ini mempunyai keunikan yaitu, menggunakan topping yang berbeda dari biasanya seperti ice cream, yogurt, nata de coco, jelly dan potongan buah strawberry. Pada umumnya pesaing hanya menggunakan jus buah mangga serta topping potongan buah mangga dan yogurt yang sudah terlalu umum. Dragon Boom ini juga akan memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk dengan inovasi baru penulis.

Keunggulan dari produk ini adalah pengemasan yang menarik sehingga menarik konsumen untuk mencicipinya selain itu dengan rasa yang segar juga dengan tampilan yang baru dari toppingnya.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, Targeting dan Position

3.1.1 Segmentasi

Segmentasi geografis dragon bomb berada di kota Jakarta yang berada di Jl. Pemuda. Segmentasi demografis dragon bomb adalah dari segala kalangan yaitu anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Pada segmentasi psikografis adalah penduduk yang menyukai makanan manis dan tentunya

baik untuk kesehatan juga masyarakat modern yang menyukai makanan-makanan unik yang kekinian. Pada segmentasi perilaku dapat ditempatkan di kota-kota besar yang masyarakatnya menyukai makanan yang menarik dan jugasehat bagi tubuh.

3.1.2 Targeting

Dragon bomb mempunyai target dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa dari usia 10 tahun hingga 40 tahun, lokasi yang dipilih berada di Jl. Pemuda, Kota Jakarta.

3.1.3 Positioning

Positioning dari *dragon bomb* adalah menjadikan minuman yang segar dan juga menyehatkan, bukan hanya itu tampilannya yang unik dapat menarik minat masyarakat.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 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 pasar potensial di jl pemuda kota Jakarta

Nama tempat	Jumlah Orang
Jl. Balai Pustaka Timur no 49, Rawamangun, Jakarta	1000 orang
Jl. Balai Pustaka Timur C 6, Rawamangun, Jakarta	1500 orang
Jl. Balai Pustaka Timur, Blok A7 no 39, Rawamangun, Jakarta	2500 orang
Total	5000 orang

Perkiraan pada permintaan potensial *Dragon Bomb* adalah dengan menyebarkan 50 kuisisioner secara acak kepada konsumen. Dengan perbandingan 40 menyukai minuman jenis jus dan 10 tidak menyukai minuman jenis jus atau sebesar 80% menyukai dan 20% tidak menyukai.

Tabel 2 jumlah permintaan potensial *Dragon Bomb* per tahun

Tahun	Permintaan Potensial/ Tahun (Unit)
2017	100000
2018	125000
2019	135000

Perkiraan pada permintaan potensial *Dragon Bomb* adalah dengan menyebarkan 50 kuisisioner secara acak kepada konsumen. Dengan perbandingan 40 menyukai minuman jenis jus dan 10 tidak menyukai minuman jenis jus atau sebesar 80% menyukai dan 20% tidak menyukai.

3.2.2 Penawaran

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

Tabel 3 jumlah penawaran pesaing *Dragon Bomb* di Jl. Pemuda

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas	Kapasitas	Kapasitas
	Produksi/hari (unit)	Produksi/bulan (unit)	Produksi/tahun (unit)
<i>Thai Tea</i>	70	2100	25200
<i>Manggo Thai</i>	50	1500	18000
<i>cappucino cincau</i>	25	750	9000
Total	145	4350	52200
Rata – Rata	48	1450	17400

Penawaran dari pesaing cukup kuat, dapat dilihat pada tabel diatas bahwa permintaan per hari mencapai 145 unit, per bulan mencapai 4350 unit, sedangkan untuk per tahun sebesar 52200 unit.

3.3 Rencana penjualan dan pangsa pasar

Tabel 4 prediksi rencana penjualan *Dragon Bomb* 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%

Untuk rencana penjualan *Dagon Bomb* seperti yang dilihat pada tabel di atas. Rencana penjualan sebesar 10.675 di tahun pertama atau sebesar 19.8%.

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

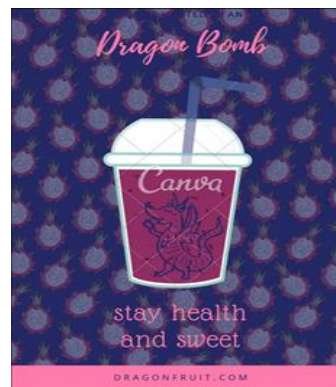
3.4.1 Product

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Manap, 2016:255)

Gambar 1 Produk *Dragon Bomb*



Gambar 2 Logo *Dragon Bomb*



Logo *Dragon Bomb* menggambarkan gambar minuman yaitu Dragon Bomb itu sendiri di gelas nya terdapat gambar naga yang sedang tersenyum yang artinya bahwa Dragon Bomb memiliki rasa yang enak dan menyegarkan dan juga baik untuk tubuh, di atasnya terdapat tulisan Dragon bomb, dibawahnya terdapat selogan dari Dragon Bomb yaitu “Stay Health and Sweet” yang artinya tetap sehat walaupun meminum minuman yang manis, lalu background yang berwarna ungu serta terdapat gambar dari buah naga yang artinya bahwa minuman ini terbuat dari 99% buah naga asli, logo tersebut dibuat semenarik mungkin diharapkan agar dapat menarik minat konsumen.

3.4.2 Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Manap 2016:289).

Tabel 5 Harga Jual Dragon Bomb

Topping	Harga
Original	Rp. 10.000
Ice cream (vanilla / strawberry)	Rp. 15.000
Yogurt	Rp. 15.000
Jelly	Rp. 15.000
Wafer Roll	Rp. 15.000

Sumber : Penulis, 2017

3.4.3 Promotion

a. *Social Networking*

Dragon Bomb juga akan memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai media promosi dan juga sebagai media pemberian testimoni mengenai produk.

b. Brosur

Dragon Bomb akan membagikan brosur agar dapat lebih dikenal, pembagian brosur akan dilakukan di Jl. Pemuda , Rawamangun , Jakarta Timur.



Gambar 3 Brosur Dragon Bomb

c. *Personal Selling*

Penjualan yang dilakukan sendiri oleh pemilik, yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk promosi dari *Cake and Cone* dengan menawarkan langsung kepada keluarga, teman dan masyarakat sekitar.

3.4.4 Placement

Pemilihan lokasi dari Dragon Bomb beralamat di Jl. Pemuda , Rawamangun , Jakarta Timur. Karena lokasi dekat dengan sekolah dan universitas. Lokasi tersebut cukup strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat kota.

3.5 Analisis SWOT

3.5.1 *Strenght*

- a. Produk dari Dragon Bomb menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh.
- b. Produk Dragon Bomb tidak menggunakan pewarna buatan dan bahan kimia berbahaya.
- c. Memiliki lokasi yang strategis dan berdekatan dengan sekolah dan universitas

3.5.2 *Weakness*

- a. Produk Dragon Bomb tidak tahan lama.
- b. Merek Dragon Bomb belum dikenal baik oleh konsumen dan masyarakat.

3.5.3 Opportunities

- a. Belum adanya pesaing sejenis yang menawarkan produk.
- b. Besarnya tingkat minat dan keinginan masyarakat terhadap kuliner – kuliner baru.

3.5.4 Threat

- a. Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen.
- b. Kelangkaan untuk mendapatkan bahan seperti buah naga karena buah ini musiman.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh dragon bomb:

1. Nama Usaha : Dragon Bomb
2. Jenis usaha : Jus Buah Naga (Minuman Sehat)
3. Alamat usaha : Jl. Pemuda
4. Nama Pemilik :Galih
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha

4.2 Perijinan

Usaha Dragon Bomb ini masih tergolong dalam usaha kecil. Dengan menggunakan pemasaran yang berbasis online dan termasuk usaha yang sifatnya swasta yang tidak berbadan hukum maka perjanjian tidak terlalu rumit, hanya meminta izin dari RT/RW setempat.

4.3 Kegiatan Pra Operasi 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 6 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal pelaksanaan

KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN			
	MINGGU			
	1	2	3	4
SURVEY PASAR	X			
MENYUSUN KONSEP DAN RENCANA	X	X		
PERIJINAN			X	
PENYEDIAAN PERALATAN DAN PERLENGKAPAN			X	
MENDASARIN TEMPAT USAHA			X	X

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

4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

a. Inventaris Kantor

Inventaris kantor dari Dragon Bomb berupa kalkulator sebagai alat untuk menghitung berapa besar pemasukan dan pengeluaran.

Tabel 7 Inventaris Dragon Bomb

Uraian	Jumlah
Kalkulator	1
Stamp	1

b. Supply Kantor

Supply kantor digunakan untuk menunjang kegiatan Dragon Bomb, seperti menulis pemesanan konsumen. Alat – alat itu seperti nota pembelian, catatan, pena dan kertas note.

Tabel 8 Supply Kantor Dragon Bomb

Uraian	Jumlah
Pena	12 buah
Buku Note	12 buah
Kertas Nota Kasir	6 buah
Sticker	100 buah

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh Dragon Bomb adalah berada di jalan Pemuda. Pemilihan lokasi ini karena berdekatan dengan sekolah seperti SD, SMP, SMA Labschool dan Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

5.2 Proses Produksi/ Gambaran Teknologi

Usaha Dragon Bomb merupakan usaha home indutry yang bergerak di bidang kuliner, usaha ini melayani konsumennya dengan menggunakan media online dan offline. Media online dimana konsumen bisa memesan langsung melalui media sosial tanpa harus datang ke lokasi usaha dan pesanan akan di antarkan konsumen minimal pembelian Rp 100.000 dengan jarak 5 Km, media offline dimana konsumen harus langsung ke tempat usaha dan akan dilayani dengan baik oleh owner, sehingga usaha ini dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain proses penjualan yang dilakukan Dragon Bomb, berikut ini proses produksi pembuatan Dragon Bomb :

1. Kupas dan potong-potong naga bentuk dadu.
2. Blender potongan buah naga dan susu kental manis hingga halus.
3. Tuang jus naga hingga setengah bagian gelas.
4. Tuang lapisan whip cream diatas jus naga sampai hampir penuh.
5. Terakhir beri sisa potongan buah naga.

5.3 Tenaga Produksi

Tenaga produksi merupakan peranan penting dalam membantu proses pembuatan Dragon Bomb. Usaha Dragon Bomb memiliki 2 orang tenaga produksi dimana masing-masing mempunyai tugas yaitu manager yang bertugas sebagai penerima telepon dan orderan, melayani konsumen dan mencatat pemesanan, sementara satu lagi pegawai sebagai penjualan produk dan mengantar pesanan pelanggan. Untuk saat ini Dragon Bomb hanya membutuhkan 2 tenaga kerja saja karena usaha ini masih tergolong baru dan penghasilan yang di dapat masih sedikit.

5.4 Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan yang digunakan untuk membuka usaha baru harus dirinci dengan jelas sehingga sesuai dengan kebutuhan suatu usaha. *Dragon Bomb*

membutuhkan peralatan untuk menunjang kegiatan produksi. Oleh sebab itu Dragon Bomb akan merincikan peralatan yang dibutuhkan agar sesuai dengan kebutuhan usaha serta proses produksi dapat berjalan dengan baik.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Keuangan

Modal Bersama	Rp. 6.000.000,00
Modal Orang Tua	Rp. 6.000.000,00

Sumber : Penulis, 2017

Tabel 9 Sumber Pendanaan *Dragon Bomb*

Modal yang diperlukan *Dragon Bomb* dengan jumlah modal mencapai Rp 12.000.000,00 dengan pinjaman dari orang tua sebesar Rp. 6.000.000 dan modal dari pemilik sebesar Rp. 6.000.000,00. Dengan persentase sebesar 50 % modal sendiri dan sebesar 50 % adalah pinjaman dari orang tua.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Tabel 10 Kebutuhan Modal Investasi *Dragon Bomb*

Uraian	Unit	Harga/unit	Jumlah
Booth Aluminium	1	Rp. 2.000.000,00	Rp. 2.000.000,00
Freezer	1	Rp. 1.000.000,00	Rp. 1.000.000,00

Sumber : Penulis, 2017

Kebutuhan sumber daya modal investasi *Dragon Bomb* meliputi barang – barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan *Dragon Bomb* dengan modal investasi adalah sebesar Rp 4.250.000,00.

Tabel 11 Depresiasi Peralatan *Dragon Bomb*

Peralatan	Total	Harga Total	Umur	depresiasi
		(Rp.)	Ekonomis	
Booth Almunimun	1	Rp. 2.000.000,00	3	666,667
Frezer	1	Rp. 1000.000,00	3	333,333
Blender	2	Rp. 1.200,00	3	400
Jumlah				Rp. 1.400.000,00

Sumber : Penulis. 2017

Dragon Bomb menetapkan nilai ekonomis selama 3 tahun untuk masing-masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp. 1.400.000,00

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Tabel 12 Biaya Peralatan Kantor Dragon Bomb 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 Dragon Bomb adalah sebesar Rp. 254.000,00 pertahun.

Tabel 13 Kebutuhan Modal Kerja Dragon Bomb Tahun 2017

Uraian	Unit	Harga	Jumlah
		(Rp)	(Rp)
Buah Naga	10 peti	Rp280.000,00	Rp2.800.000,00
Susu UHT	10 liter	Rp18.000,00	Rp180.000,00
Gula	2 kg	Rp15.000,00	Rp30.000,00
Es Batu	10 box	Rp20.000,00	Rp200.000,00
Air Mineral	20 liter	Rp10.000,00	Rp200.000,00
Whipped Cream	20 buah	Rp20.000,00	Rp400.000,00
Strawberry	2 box	Rp20.000,00	Rp40.000,00
Jelly	2 box	Rp20.000,00	Rp40.000,00
Nata de Coco	2 box	Rp25.000,00	Rp50.000,00
Ice cream(vanila dan starwberry)	5 box	Rp106.000,00	Rp530.000,00
Wafer Roll	2 toples	Rp15.000,00	Rp30.000,00
Cup minuman dan tutupnya	20 pack	Rp20.000,00	Rp400.000,00
Sedotan	10 pck	Rp15.000,00	Rp150.000,00
Sendok plastik	10 pack	Rp15.000,00	Rp150.000,00
Kantong Plastik	10 pack	Rp15.000,00	Rp150.000,00
Tissue	5 buah	Rp8.000,00	Rp40.000,00
Total Modal Kerja Per bulan			Rp5.190.000,00
Total Modal Kerja Per tahun			Rp62.280.000,00

Sumber : Penulis, 2017

Kebutuhan modal kerja dari Dragon Bombselama sebulan atau sebanyak 600 gelas . Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu. Dengan harga Rp Rp 5.190.000,00 tiap bulan merupakan biaya modal kerja dari Dragon Bombdan sebesar Rp Rp. 62.280.000,00 selama setahun atau tahun 2017.

Tabel 14 Biaya Operasional *Dragon Bomb*

Uraian	Jumlah	Jumlah per Tahun
	(Rp)	(Rp)
Sewa Tempat 2 x 2 Meter	Rp. 850.000,00	Rp. 10.200.000,00
Biaya Listrik di rumah Produksi	Rp. 300.000,00	Rp. 3.600.000,00
Biaya Air di rumah Produksi	Rp. 150.000,00	Rp. 1.800.000,00
Brosur	Rp. 100.000,00	Rp. 1.200.000,00
Biaya	Rp. 50.000,00	Rp. 600.000,00
Total	Rp. 1.525.000,00	Rp. 18.300.000,00

Sumber : Penulis , 2017

Biaya operasional *Dragon Bomb* dalam sebulan adalah sebesar Rp 1.525.000, dan dalam setahun adalah sebesar Rp 18.300.000.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Dragon Bomb memerlukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha. Metode yang digunakan adalah Payback Periode dan Net Present Value. Perkiraan pendapatan *Dragon Bomb* 2018-2020, dapat diasumsikan kenaikan harga setiap tahunnya. 6% dan kenaikan penjualan setiap tahun sebesar 2%.

6.4.1 Payback Periode

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

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

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

$$PP = \frac{Rp\ 12000000}{Rp\ 6000000} \times 12 = 24 \text{ bulan}$$

Jadi kesimpulan yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas bahwa Payback Periode (PP) *Dragon Bomb* dapat diterima dan pengembalian investasi berkisar 2 tahun.

6.4.2 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 2016:133)

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)

$NPV = \frac{Rp\ 6000000}{(1+0,2\%)} + \frac{Rp\ 6000000}{(1+0,2\%)^2} + \frac{Rp60500000}{(1+0,2\%)^3} - Rp12000000$		
$NPV = 12,638,889 - 12,000,000 = 638,889$		

Hasil NPV Dragon Bomb yaitu Rp374.666.667 dan bernilai positif, sehingga investasi usaha Dragon Bomb layak atau dapat diterima

Daftar Pustaka

- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- 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
- Pracoyo, K dan Antyo. 2013, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT Grasindo, Jakarta
- Warren, C S 2014, *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.