

---

# RAPIH UTAMA JOK 1986

## (PERENCANAAN PENGEMBANGAN USAHA INTERIOR MOBIL)

**Jimmy Lukito**  
STIE Multi Data Palembang  
Jurusan Manajemen  
e-mail: jimbolukito@ymail.com

### **Abstrak**

*Rapih Utama Jok 1986 merupakan pengembangan usaha bidang interior mobil yang menawarkan penggantian jok, doortrim, setir, panel, plafond an karpet lantai. Keunggulan Rapih Utama Jok 1986 adalah menggunakan bahan material kelas dunia, hasil kerja kualitas dunia dan perawatan pembersihan jok seumur hidup.*

**Kata kunci**—1-3 kata kunci, *Rapih Utama Jok 1986, Interior mobil*

### **Abstract**

*Rapih Utama Jok 1986 is a business development areas of the car's interior that offers replacement upholstery , door trim , steering wheel , panels , ceiling an floor mats . Neat Top excellence Jok 1986 is using world -class materials , the work of world-class quality and lifetime maintenance cleaning upholstery.*

**Keywords**—1-3 keywords, *Rapih Utama Jok 1986, Car Interior*

## 1. PENDAHULUAN

### *1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha*

Sejak beberapa tahun terakhir ini tingkat pertumbuhan kota Palembang semakin maju, hal ini dilihat dari indikator peningkatan jumlah kendaraan, banyaknya hotel yang dibangun, tempat-tempat wisata yang ramai dikunjungi, proyek pelabuhan dan jalan tol yang segera dibangun serta perilaku masyarakatnya yang semakin konsumtif dan moderen. Selain itu, *seatmakernya* bertambah dari tahun ke tahun.

### *1.2 Visi, Misi dan Tujuan*

#### a. Visi

Menjadikan *Rapih Utama Jok 1986* sebagai *seatmaker* professional terbaik di Indonesia dengan hasil kerja kualitas dunia.

#### b. Misi

1. Melakukan pekerjaan dengan sangat professional dan terampil di masing-masing bidang pekerjaan.
  2. Memberikan hasil kerja yang berkualitas tinggi kelas dunia.
  3. Melayani dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standard tinggi.
  4. Berpegang teguh pada kenyamanan yang dirasakan pelanggan.
  5. Memberikan harga yang mudah dijangkau pelanggan.
-

- c. Tujuan Usaha
1. Menjadikan *interior* mobil sebagai kebutuhan primer sebuah mobil.
  2. Memberikan pelayanan dan hasil kerja dengan kualitas terbaik kepada pelanggan.
  3. Mengutamakan kepuasan pelanggan pada setiap jasa yang telah diberikan.

## 2. GAMBARAN USAHA

CV. Rapih Utama Jok (RUJ) adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif yang menawarkan jasa penggantian *interior* mobil seperti sarung jok, karpet lantai, *doortrim*, plafon, *dashboard*, setir dan pilar. Selain itu juga dapat mengerjakan penggantian kursi rumah, kursi kantor, terpal mobil dan terpal kapal. Tempat usaha RUJ terletak di Jalan Dr. M. Isa no. 168. Saat ini RUJ memiliki 18 pegawai yang terdiri dari 2 administrasi, 2 bagian pola, 6 bagian jahit, 7 bagian bongkar pasang dan 1 bagian karpet lantai.

Keunggulan bisnis yang CV. Rapih Utama Jok miliki yaitu :

1. Pengerjaan jok 1 hari selesai / Gratis.
2. Gratis perawatan pembersihan jok setiap 2 bulan sekali selama 1 tahun.
3. Gratis, jika ada yang lebih murah dibanding kami dengan kualitas yg sama.
4. *Finishing Double Stitch & Custom Insertion Stitch* satu-satunya di Palembang dengan lebar 0.5cm.
5. 100% *money back guarantee* jika bahan yang dikerjakan tidak sesuai pesanan.

## 3. ASPEK PEMASARAN

### 3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan *Positioning*

#### a. Segmentasi

Menurut Kotler (2008, h.59), segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda dan yang mungkin memerlukan produk atau program pemasaran terpisah". Dalam hal segmentasi, *Rapih Utama Jok 1986* membaginya kedalam beberapa segmen yaitu:

1. Segmentasi berdasarkan geografis, *Rapih Utama Jok 1986* akan memasarkan jasa interior mobil ke seluruh wilayah Indonesia. Sedangkan untuk pemasangan hanya dilakukan sekitar wilayah kota Palembang saja.
2. Segmentasi berdasarkan demografis, membagi pasar menjadi sejumlah kelompok berdasarkan variable-variabel seperti usia, *gender*, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras dan kebangsaan. Segmentasi demografis RUJ adalah pemilik mobil usia 17-60 tahun dengan pekerjaan pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan wiraswasta.
3. Segmentasi berdasarkan psikografis, membagi pembeli menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian. Segmentasi psikografis RUJ adalah pemilik mobil yang memiliki kelas sosial menengah ke atas dan latar belakang kepemilikan mobil sebagai suatu aset untuk menunjukkan kelas sosialnya.

#### b. *Targeting*

"Menurut Kotler (2008, h.59), target pasar adalah sekelompok konsumen yang merespon dengan cara yang sama terhadap sejumlah usaha pemasaran tertentu".

---

Dalam hal *targeting*, *Rapih Utama Jok 1986* Target utama dari bisnis ini adalah kendaraan yang berperuntukan sama sebagai mobil pribadi berjenis sedan, mikrobus, minibus, *jeep*, dan *pickup*. Dari segmentasi yang ada di atas maka target dari *Rapih Utama Jok* adalah pengusaha dan karyawan kelas menengah ke atas.

c. *Positioning*

“Menurut Kotler (2008, h.61), *positioning* adalah pengaturan produk untuk menduduki tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan relatif terhadap produk pesaing dalam pikiran konsumen sasaran”.

*Positioning* dari usaha *Rapih Utama Jok 1986* adalah pada saat ini manajemen *Rapih Utama Jok* telah bekerja sama dengan BCA dan Bank Mandiri, dalam hal pembayaran yaitu memberikan cicilan 3, 6 dan 12 bulan. Hal ini membuat CV. RUJ merupakan perusahaan jasa interior mobil Palembang yang menerapkan cicilan hingga 1 tahun, ditambah lagi dengan perawatan berkala secara gratis yang menjadikan RUJ semakin beda dengan pesaing.

### 3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

“Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar”.

Di bawah ini merupakan tabel permintaan per tahun dengan asumsi kenaikan sebesar 7% dari pertumbuhan konsumsi terhadap jasa interior mobil :

Tabel 1 Perkiraan Permintaan Jasa Interior RUJ Selama 3 Tahun Mendatang

| Tahun | Permintaan | Penawaran | Peluang | Rencana Penjualan | Pangsa Pasar |
|-------|------------|-----------|---------|-------------------|--------------|
| 2014  | 7.619      | 850       | 6.769   | 240               | 3,54%        |
| 2015  | 7.800      | 893       | 6.907   | 264               | 3,82%        |
| 2016  | 8.190      | 937       | 7.253   | 290               | 3,99%        |

b. Perkiraan Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran *Rapih Utama Jok 1986*, penulis melakukan *survey* terhadap pesaing di Palembang. Di bawah ini adalah tabel perkiraan penawaran pesaing :

Tabel 2 Penawaran Pesaing di Palembang

| No | Nama Usaha                        | Penawaran/tahun | Presentase    |
|----|-----------------------------------|-----------------|---------------|
| 1  | Royal                             | 600 mobil       | 3,28%         |
| 2  | Baronet                           | 480 mobil       | 3,28%         |
| 3  | Lainnya                           | 300 mobil       | 4,59%         |
|    | Total                             | 1380 mobil      | <b>11,15%</b> |
|    | <b>Peluang Yang Masih Terbuka</b> |                 | <b>88,85%</b> |
|    | <b>TOTAL</b>                      |                 | <b>100%</b>   |

Sumber : Hasil *Survey* Pesaing, 2015

### 3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

“Mulyadi (2008, h.202) menyatakan, “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi”.

Untuk rencana penjualan pada Juni 2015 mendatang dengan asumsi berbagai *seatmaker* di kota Palembang antara lain Royal, Baronet Revolution, Focus dan lainnya. Untuk permintaan 3 lokasi tersebut dengan rata-rata penjualan jok mobil dalam satu bulan 50 mobil/bulan sehingga didapat jumlah permintaan  $50 \times 12 = 600$  mobil dalam 1 tahun dengan kenaikan penjualan sebesar 30% setiap tahunnya. Maka rencana penjualan untuk perbulannya 100 mobil.

Tabel 3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar *Rapiah Utama Jok 1986*

| Tahun | Permintaan | Penawaran | Peluang | Rencana Penjualan | Pangsa Pasar |
|-------|------------|-----------|---------|-------------------|--------------|
| 2016  | 7.619      | 850       | 6.769   | 240               | 3,54%        |
| 2017  | 7.800      | 893       | 6.907   | 264               | 3,82%        |
| 2018  | 8.190      | 937       | 7.253   | 290               | 3,99%        |

### 3.4 Analisis SWOT

“Menurut Kotler (2008, h.64), analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strength* (S)), kelemahan (*weakness* (W)), peluang (*opportunities* (O)) dan ancaman (*threats* (T)) dalam perusahaan”.

Berikut adalah tabel yang berisikan analisis SWOT terhadap usaha *Rapiah Utama Jok 1986* :

Tabel 4 Analisis SWOT *Rapiah Utama Jok 1986*

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan baku berkualitas internasional</li> <li>- Lokasi operasional yang strategis.</li> <li>- <i>Brand</i> tampak seperti <i>brand</i> internasional.</li> <li>- Konsep usaha yang jelas.</li> <li>- Menggunakan sarana promosi yang efektif.</li> <li>-</li> </ul> | <p><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga paling tinggi di Palembang.</li> <li>- Ketergantungan pegawai.</li> </ul>                     |
| <p><b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya pangsa pasar yang belum terpenuhi.</li> <li>- Pola pikir masyarakat yang telah terbuka terhadap pentingnya mengganti interior mobil.</li> </ul>  | <p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya pesaing usaha sejenis yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas yang rendah.</li> </ul> |

### 3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

#### 3.5.1 *Product*

“Produk merupakan kemasan total dari manfaat yang diciptakan atau diberikan oleh suatu organisasi untuk ditawarkan kepada pemakai sasaran (Assauri, 2012)”.

Logo menggunakan inisial dari *Rapiah Utama Jok* yaitu huruf “RUJ”. Pemilihan warna merah dan kuning menggambarkan sesuatu yang kontras, berkaitan dengan kondisi mobil antara sebelum dan sesudah pengerjaan. Warna hitam juga dipilih untuk melambangkan ketegasan dari RUJ dalam menjalankan usaha karena memiliki SOP dan mementingkan hasil pengerjaan. Warna hitam merupakan warna yang sering digunakan sebagai *portfolio* atau contoh hasil akhir. Huruf RUJ yang kapital melambangkan keseriusan RUJ dalam menjalankan usaha

ini dengan harapan usaha ini akan terus berkelanjutan dan memenuhi permintaan masyarakat. Dan gambar jok mobil melambangkan produk yang dikerjakan oleh RUJ.

Produk yang digunakan adalah kulit sintetis dan kulit asli yang masing-masing memiliki berbagai varian agar dapat memuaskan konsumen. Bahan yang digunakan untuk kulit sintetis yaitu MBTech, Nappa Edelweiss Stigma dan Chronos. Sedangkan untuk kulit asli bahan yang digunakan adalah Autoleder dan Wollsdorf. Untuk garansi terjamin hingga 5 tahun.

### 3.5.2 Harga (*Price*)

“Harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, di samping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko, dan prestise atau gengsi sosial (Assauri, MBA, 2012)”.

Tabel 5 Perbandingan Harga RUJ Terhadap Pesaing

| No | Jasa          | Royal        | Baronet      | Lainnya      | DS           |
|----|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1  | Mobil 2 Baris | Rp 2.000.000 | Rp 1.800.000 | Rp 1.500.000 | Rp 2.500.000 |
| 2  | Mobil 3 Baris | Rp 3.000.000 | Rp 2.800.000 | Rp 2.500.000 | Rp 3.500.000 |

### 3.5.3 Komunikasi Pemasaran

“Menurut Kotler dan Keller (2007), Komunikasi pemasaran adalah proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal”.

#### a. *Advertising* (Periklanan)

“Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Periklanan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu. Tujuan periklanan (*advertising objective*) adalah tugas komunikasi tertentu yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu dalam periode waktu tertentu”.

Bentuk promosi periklanan yang dilakukan oleh *RUJ 1986* adalah melalui :

1. Memasang spanduk dan *banner* di lokasi.
2. Media *online*, seperti *Instagram*, *Path*, *Facebook*, *Blackberry Messenger* (BBM) dan *Twitter*.

#### b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

“Promosi penjualan adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran terdiri dari alat insentif sebagian besar jangka pendek yang dirancang untuk menstimulasi pembelian lebih cepat atau lebih besar atas produk/jasa tertentu oleh konsumen/perdagangan (Kotler, 2009)”.

Bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh *RUJ 1986* adalah :

1. Memberikan *free* perawatan pembersihan jok selamanya.
2. Pengerjaan jok 1 hari selesai.

#### c. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

“Penjualan perorangan adalah sarana paling efektif pada tahap tertentu dari proses pembelian, terutama dalam membangun preferensi pembeli, keyakinan, dan tindakan (Kotler dan Armstrong, 2008)”.

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi *RUJ 1986* adalah melalui promosi secara langsung oleh pemilik usaha (*owner*)

dengan memberitahukan kepada keluarga, teman, rekan kerja dan masyarakat sekitar lingkungan tempat tinggal maupun tempat usaha bahwa adanya brand *RUJ 1986* dan jasa apa yang ditawarkan.

#### 3.5.4 Placement

“Penyaluran (placement) merupakan mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen (dalam hal ini mungkin sebagai titik konsumsi) (Assauri, 2012)”.

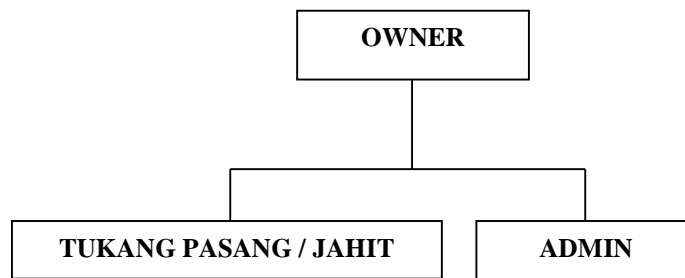
Penyaluran yang dilakukan *RUJ 1986* merupakan bentuk penyaluran langsung, yang mana penyampaian produk dari titik produksi hingga ke titik konsumsi dilakukan di satu tempat yang sama, yaitu lokasi *RUJ 1986* sendiri.

## 4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

### 4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

*Rapih Utama Jok 1986* merupakan usaha yang terbilang lumayan besar, akan tetapi *Rapih Utama Jok 1986* tetap memiliki struktur organisasi di dalamnya. Keberadaan struktur organisasi ini dipergunakan untuk memberikan pandangan dan pemahaman bagi karyawan mengenai posisinya di dalam perusahaan.

Struktur organisasi *Rapih Utama Jok 1986* akan ditunjukkan melalui gambar di bawah ini.



Sumber : Penulis

Gambar 6 Struktur Organisasi *Rapih Utama Jok 1986*

### 4.2 Perijinan

*Rapih Utama Jok 1986* merupakan usaha swasta yang berbentuk usaha perorangan, oleh karena itu untuk aspek perizinan ini, perizinan yang dibutuhkan hanya SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SITU dan SIUP ini harus diproses di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Palembang.

### 1.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 6 Kegiatan Pra-Operasional *Rapih Utama Jok 1986* dan Jadwal Pelaksanaannya

| No | Kegiatan                    | Uraian Kegiatan   | Jadwal Pelaksanaan |
|----|-----------------------------|---|--------------------|
| 1  | Survey lokasi               | - Mengunjungi lokasi usaha<br>- Melakukan proses tinjau lokasi (letak yang ingin disewa)                      | 1 hari             |
| 2  | Menyusun konsep dan rencana | - Menghubungi jasa <i>design interior</i> untuk membahas mengenai <i>design</i> lokasi dan lamanya pengerjaan | 7 hari             |

|   |   |   |              |
|---|---|---|--------------|
| 3 | Perizinan                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tatap muka dengan pemilik lokasi.</li> <li>- Melakukan konfirmasi penyewaan lokasi dengan pemilik lokasi.</li> <li>- Melakukan pembayaran.</li> <li>- Penyerahan berkas-berkas yang diperlukan untuk Perjanjian Sewa Menyewa.</li> <li>- Melakukan penandatanganan Perjanjian Sewa Menyewa.</li> </ul> | 10 – 14 hari |
| 4 | Penyediaan produk, peralatan dan perlengkapan | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghubungi supplier dan melakukan pemesanan bahan baku</li> <li>- Mencari dan membeli peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan</li> </ul>   | 5 hari       |
| 5 | <i>Training</i> karyawan                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan mendatangi lokasi operasional <i>Rapih Utama Jok 1986</i></li> <li>- Owner menjelaskan peran dan tugas yang harus dilakukan dan mengajarkan proses produksi.</li> <li>- Karyawan mempraktekkannya.</li> </ul>   | 3 hari       |

## 5. ASPEK PRODUKSI

### 5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Lokasi yang akan penulis gunakan sebagai lokasi untuk usaha *Rapih Utama Jok 1986* adalah di Jalan Mayor Salim Batubara no.9, Palembang – Sumatera Selatan.

### 5.2 Rencana Tata Letak

*Rapih Utama Jok 1986* merupakan sebuah usaha yang dijalankan dengan luas tempat 4x20 meter persegi.

### 5.3 Proses Produksi / Gambaran Teknologi

Proses produksi di *Rapih Utama Jok 1986* dimulai dari proses *customer* melihat menu dengan dibantu oleh karyawan *Rapih Utama Jok 1986* yang memberikan penjelasan mengenai pilihan produk, dilanjutkan dengan proses *customer* menentukan pilihan dari jenis jok yang diinginkan. Setelah proses menentukan pilihan produk yang akan dipesan, *customer* diwajibkan untuk melakukan pembayaran atas produk yang telah dipesan kepada admin. Proses selanjutnya adalah proses dimana tukang jahit menyiapkan produk sesuai

pesanan *customer*. Jika semua proses telah dilaksanakan, maka proses terakhir adalah tukang pasang melakukan pemasangan jok pesanan kepada *customer*.

#### 5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

*Rapih Utama Jok 1986* yang telah kurang lebih 28 tahun beroperasi membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu dalam proses memproduksi produknya, yaitu sarung jok. Berikut adalah uraian bahan baku dan bahan pembantu beserta jumlah dan harganya.

#### 5.5 Tenaga Produksi

Tenaga produksi atau tenaga kerja merupakan salah satu hal penting yang harus dipersiapkan. Begitu juga dengan usaha *Rapih Utama Jok 1986*, tenaga produksi yang akan direkrut adalah Warga Negara Indonesia (WNI) dengan tingkat usia yang masih produktif baik pria maupun wanita.

Kualifikasi tenaga produksi yang dibutuhkan adalah minimal tamatan SMA yang memiliki kemampuan berbahasa Indonesia dan mampu mengoperasikan komputer, serta memiliki keterampilan yang dibutuhkan.

Jumlah tenaga produksi yang akan dipergunakan sebanyak 4 orang. Tenaga produksi tersebut akan dipekerjakan sebagai tukang pasang dan tukang jahit (menyiapkan pesanan konsumen) dan admin.

#### 5.6 Mesin dan Peralatannya

Dalam menjalankan operasionalnya, *Rapih Utama Jok 1986* juga didukung oleh keberadaan mesin dan peralatan. Berikut ini adalah uraian mengenai mesin dan peralatan yang dipergunakan :

Tabel 7 Daftar Mesin dan Peralatan *Rapih Utama Jok 1986*

| No | Keterangan          | Jumlah | Harga Satuan     | Total            |
|----|---------------------|--------|------------------|------------------|
| 1  | Mesin jahit         | 3 set  | Rp 10.000.000,00 | Rp 30.000.000,00 |
| 2  | Komputer            | 1 buah | Rp 7.000.000,00  | Rp 7.000.000,00  |
| 3  | Meja Pola           | 1 buah | Rp 2.000.000,00  | Rp 2.000.000,00  |
| 4  | Meja Bongkar Pasang | 1 buah | Rp 2.000.000,00  | Rp 2.000.000,00  |
| 5  | Televisi            | 1 buah | Rp 4.500.000,00  | Rp 4.500.000,00  |
| 6  | Kursi               | 5 buah | Rp 200.000,00    | Rp 1.000.000,00  |
| 7  | ATK                 | 1 set  | Rp 200.000,000   | Rp 200.000,00    |

#### 5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

*Rapih Utama Jok 1986* akan membuka usahanya di salah satu lokasi di Palembang, yaitu Sekip Bendungan dengan menyewa ruko 3 lantai.

Berikut ini adalah uraian biaya sewa di Palembang Icon Mall :

1. Biaya sewa ruko ditentukan dari berapa luas area yang akan dibutuhkan. Dikenakan biaya sebesar Rp 70.000.000 per tahun.
2. Area yang dibutuhkan *Rapih Utama Jok 1986* adalah panjang 20m x lebar 4m.
3. Ketentuan biaya sewa adalah dengan menyepakati kontrak sewa selama 2 tahun, sebesar Rp 140.000.000.

*Rapih Utama Jok 1986* tidak menggunakan perlengkapan khusus lainnya, perlengkapan yang dipergunakan adalah mesin jahit dan bahan baku. Penempatan *stock* bahan baku berada dilokasi yang sama.



## 6. ASPEK KEUANGAN

### 6.1 Sumber Pendanaan

Permodalan merupakan aspek yang penting untuk membiayai pengadaan bahan baku, peralatan dan perlengkapan serta operasional sebuah usaha.

*Rapih Utama Jok 1986* adalah usaha penulis yang bekerja sama dengan temannya. Total persentase dari sumber permodalan ini adalah 100% yang mana modal bersumber dari dana orang tua. Jumlah modal yang dibutuhkan untuk mendirikan *Rapih Utama Jok 1986* adalah sebesar Rp 300.000.000,00.

### 6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi *Rapih Utama Jok 1986* sebesar Rp 140.000.000,00, sedangkan modal kerja *Rapih Utama Jok 1986* Rp 160.000.000,00.

### 6.3 Analisa Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan alokasi sumber-sumber perusahaan sebaik mungkin kedalam setiap kegiatan usaha *Rapih Utama Jok 1986* untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk menganalisis kelayakan usaha *Rapih Utama Jok 1986* maka penulis akan mempergunakan beberapa kriteria penilaian, seperti Pembayaran Kembali Investasi (*Payback Period*), Tingkat Pengembalian Internal (*Internal Rate of Return*), dan Nilai Sekarang Bersih (*Net Present Value-NPV*).

#### 6.3.1 Payback Period

“Metode payback period (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha (Kamsir dan Jakfar, 2009”).

|  |   |                            |
|--|---|----------------------------|
| Investasi (CF <sub>0</sub> )             | = | (Rp 359.950.000,00)        |
| Kas bersih tahun ke 1 (CF <sub>1</sub> ) | = | Rp <u>542.169.425,00</u> - |
|  | = | Rp 182.219.425,00          |
| Arus Kas tahun ke-2 (CF <sub>2</sub> )   | = | Rp 1.018.413.425+          |
|  |   | Rp 836.194.000             |

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, pada kas bersih tahun pertama sudah tertutup. *Payback period Rapih Utama Jok 1986* adalah sebagai berikut :

$$\text{PP tahun 1} = \frac{\text{Rp } 182.219.425,00}{\text{Rp } 1.018.413.425,00} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{PP tahun 1} = 1,3 = 1 \text{ tahun 3 bulan}$$

#### 6.3.2 Net Present Value

”Net present value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (Pv of proceed) dengan PV investasi (capital outlays) selama umur investasi. Apabila hasil NPV nantinya positif, maka investaasi diterima. Sebaliknya, bila NPV negatif, maka investasi ditolak (Kamsir dan Jakfar, 2009)”.

Berikut perhitungan NPV menggunakan *discount rate* dengan BI *rate* sebesar 7,5% (Bank Indonesia, 2015) :

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \sum_{t=0}^n \left[ \frac{\text{CF}_t}{(1+K)^t} \right] \\ &= \text{CF}_0 + \frac{\text{CF}_1}{(1+K)^1} + \frac{\text{CF}_2}{(1+K)^2} + \frac{\text{CF}_3}{(1+K)^3} \end{aligned}$$

$$= -359.950.000 + \frac{542.169.425}{(1+0.075)^1} + \frac{926.109.425}{(1+0.075)^2}$$

$$= \text{Rp } 145.195.043$$

Hasil *Net Present Value (NPV)* yaitu positif dengan nilai sebesar Rp 145.195.043,00 maka investasi ini layak atau dapat di terima.

### 6.3.3 Internal of Return

“*Internal Rate of Return (IRR)* merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern (Kamsir dan Jakfar, 2009)”.

Tabel 8 Hasil Perhitungan IRR dari *Discount Factor*

| Tahun        | Nilai Investasi / Kas Bersih | DF (152%) | PV Kas Bersih  | DF (153%) | PV Kas Bersih      |
|--------------|------------------------------|-----------|----------------|-----------|--------------------|
| 0            | (359.950.000)                | 1         | (359.950.000)  | 1         | (359.950.000)      |
| 1            | 593.010.000                  | 0.396     | 214.699.092    | 0.395     | 214.156.922        |
| 2            | 1.018.413.425                | 0.157     | 145.399.179    | 0.156     | 144.473.070        |
| <b>Total</b> |                              |           | <b>148.271</b> |           | <b>(1.320.008)</b> |

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= i_1 + \frac{\text{NPV}_1}{\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2} \times (i_2 - i_1) \\ &= 152\% + \frac{148.271}{148.271 - (1.320.008)} \times (153\% - 152\%) \\ &= 152\% + (0,1 \times 1\%) \\ &= 153,1\% \end{aligned}$$

Untuk menilai penerimaan tingkat pengembalian hasil intern ini diterima atau tidak, maka dipergunakan kriteria sebagai berikut :

1. Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima.
2. Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak.

Dari hasil di atas, didapat nilai IRR sebesar 153.1% yang ternyata lebih besar nilainya dibanding nilai *BI rate* sebesar 7.5% sehingga dapat disimpulkan usaha RUI layak dan memiliki prospek yang baik.

### 6.4 Analisa Keuntungan

*Break Even Point (BEP)* digunakan untuk mengetahui volume penjualan yang harus dicapai pada titik impasnya (Drs. Jumingan, 2009 h.426)

**BEP dalam unit :**

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Harga variabel per satuan}}$$

Tahun pertama :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 1.117.000.000}{\text{Rp } 3.000.000 - (\text{Rp } 24.000.000 / 580)} \\ &= 377 \text{ unit} \end{aligned}$$

Tahun kedua :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 1.552.000.000}{\text{Rp } 3.000.000 - (\text{Rp } 32.400.000 / 870)} \\ &= 523 \text{ unit} \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per unit di atas, diketahui bahwa *Rapih Utama Jok 1986* harus menjual sebanyak 377 unit ditahun pertama dan 523 unit di tahun kedua untuk mencapai titik impasnya.

**BEP dalam rupiah :**

Tahun Pertama :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 1.117.000.000}{1 - \frac{\text{Rp } 24.000.000}{\text{Rp } 3.000.000}} \\ &= \text{Rp } 139.625.000 \end{aligned}$$

Tahun kedua :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 1.552.000.000}{1 - \frac{\text{Rp } 32.400.000}{\text{Rp } 3.000.000}} \\ &= \text{Rp } 143.703.703 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per rupiah diatas, diketahui bahwa *Rapih Utama Jok 1986* perlu melakukan penjualan atas produknya sebesar Rp. 139.625.000 pada tahun pertama dan Rp. 143.703.703 pada tahun kedua untuk mencapai titik impasnya.

6.5 Laporan Keuangan

“Laporan keuangan digunakan untuk menilai perusahaan yang sudah berjalan beberapa periode. Tujuannya adalah untuk menilai apakah usaha baru tersebut layak dibiayai dan berapa besar pembiayaan yang dibutuhkan (Kamsir dan Jakfar, 2009, h.110)”.

Tabel 9 Laporan Laba Rugi *Rapih Utama Jok 1986*

| <b><i>Rapih Utama Jok 1986</i></b> |                        |                       |                       |
|------------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Laporan Laba Rugi</b>           |                        |                       |                       |
| <b>Per 3 tahun</b>                 |                        |                       |                       |
| <b>Keterangan</b>                  | <b>2016<br/>(Rp)</b>   | <b>2017<br/>(Rp)</b>  | <b>2018<br/>(Rp)</b>  |
| Pendapatan Usaha                   | 517.940.000,00         | 621.880.000,00        | 729.372.000,00        |
| HPP                                | 72.654.000,00          | 77.742.000,00         | 83.184.000,00         |
| <b>Laba Kotor</b>                  | <b>445.286.000,00</b>  | <b>554.138.000,00</b> | <b>646.188.000,00</b> |
| <b>Beban :</b>                     |                        |                       |                       |
| Beban Sewa                         | 67.320.000,00          | 67.320.000,00         | 67.320.000,00         |
| Beban Gaji                         | 14.400.000,00          | 14.400.000,00         | 14.400.000,00         |
| Beban Listrik                      | 9.900.000,00           | 9.900.000,00          | 9.900.000,00          |
| Beban Transportasi                 |                        |                       |                       |
| Beban Air (galon)                  | 9.600.000,00           | 9.600.000,00          | 9.600.000,00          |
| Beban Pemasaran                    | 480.000,00             | 480.000,00            | 480.000,00            |
| <b>Total Beban</b>                 | <b>1.200.000,00</b>    | <b>1.200.000,00</b>   | <b>1.200.000,00</b>   |
|                                    | (102.900.000 ,00)      | (102.900.000 ,00)     | (102.900.000 ,00)     |
| <b>EBT</b>                         | <b>342.386.000,00</b>  | <b>451.238.000,00</b> | <b>543.286.000,00</b> |
| <b>Pajak</b>                       | <b>(5.179.400,00)</b>  | <b>(6.218.800,00)</b> | <b>(7.293.720,00)</b> |
| <b>EAT 1 tahun</b>                 | <b>337.206.600 ,00</b> | <b>445.019.200,00</b> | <b>535.992.280,00</b> |

Tabel 10 Laporan Perubahan Modal *Rapih Utama Jok 1986*

| <b><i>Rapih Utama Jok 1986</i></b> |                            |
|------------------------------------|----------------------------|
| <b>Laporan Perubahan Modal</b>     |                            |
| <b>Per 31 Desember 2016</b>        |                            |
| <b>Modal Awal</b>                  | <b>Rp 359.950.000,00</b>   |
| Laba Bersih                        | <u>Rp 560.700.000,00</u> + |
| <b>Modal Akhir</b>                 | <b>Rp 920.650.000,00</b>   |

Tabel 11 Laporan Neraca *Rapih Utama Jok 1986*

| <b><i>Rapih Utama Jok 1986</i></b> |                          |                      |                             |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------------|
| <b>Neraca</b>                      |                          |                      |                             |
| <b>Per 31 Desember 2016</b>        |                          |                      |                             |
| <b>Aktiva Lancar :</b>             |                          | <b>Passiva :</b>     |                             |
| Kas                                | Rp 384.375.000,00        | <b>Modal</b>         | <b>Rp 359.950.000,00</b>    |
| Perlengkapan                       | Rp 27.950.000,00         | <b>Hutang Sewa</b>   | <b>Rp <u>70.000.000</u></b> |
| <b>T. Aktiva lancar</b>            | <b>Rp 412.325.000,00</b> |                      |                             |
| <b>Aktiva Tetap :</b>              |                          |                      |                             |
| Peralatan                          | Rp 21.000.000,00         |                      |                             |
| Akm. Peny. Alat (Rp                | <u>2.625.000,00</u> )    |                      |                             |
| <b>T. Aktiva tetap</b>             | <b>Rp 19.625.000,00</b>  |                      |                             |
| <b>Total Aktiva</b>                | <b>Rp 429.950.000,00</b> | <b>Total Passiva</b> | <b>Rp 429.950.000,00</b>    |

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2015, *Data BI Rate*, Diakses 4 Mei 2015, dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- Jumingan 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
- Manurung, Marada 2013, *Prosedur Pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha)*, Diakses 2 Desember 2013, dari <http://marada08128.blogspot.com>
- Mulyadi 2008, *Definisi Penjualan*, dari <http://ondyx.blogspot.com/>
- Swastha dan Handoko 1997, *Perilaku Konsumen, Segmentasi Pasar dan Analisis Demografis*, Diakses 4 Januari 2011, dari <http://husniaalfaini.blogspot.com>
-