

PAZZO CAR WASH ONLINE (Perencanaan Pendirian Usaha Cuci Mobil)

Firdiansyah¹, Ratna Juwita²

Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang

e-mail: *¹Rickyfrdilla@gmail.com, ²ratna@stie-mdp.ac.id,

Abstrak

Pazzo Car Wash Online merupakan bisnis yang lahir dari sebuah ide inovasi terhadap pelayanan cuci mobil. Salah satunya tempat cuci mobil yang efektif dan efisien, dimana efektif dalam segi pelayanan konsumen yaitu mengerjakan dengan teliti proses pencucian exterior maupun interior mobil, sedangkan efisien dalam segi biaya dan waktu. Maka, untuk memenuhi kebutuhan pelayanan diterapkan konsep car wash online. Namun, terdapat beberapa masalah dalam mendirikan usaha car wash online ini yaitu membutuhkan investasi modal yang cukup besar dan memiliki resiko usaha. Dibutuhkan suatu tahap perencanaan usaha yang akan dibangun memiliki resiko yang minimum, diantaranya perlu diadakan suatu studikelayakan yang meliputi aspek pasar, aspek sumber daya manusia, aspek financial, dan sensitivitas terhadap beberapa parameter yang dapat mempengaruhi kelayakan saat bisnis berjalan. Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha untuk setiap aspek, seluruh aspek dinyatakan memenuhi kriteria kelayakan.

Kata kunci: *Efektif, Efisien, Cuci mobil online*

Abstract

Pazzo car wash online is business born of an idea innovation washing car. Car wash have a princip an effective and efficient, effective in terms of consumer services that is do carefully the process of leaching exterior and the interior of car, while efficient in terms of the cost and time. So, if needs of service applied the concept car wash online. But, there are some problems in setting up business car wash online is need capital investment large and have risk business. Is required a the planning stages business to which they are built having risk minimum, including should be created a study feasibility covering the aspects of market, aspects human resources, financial aspects, and sensitivity to some parameters that can affect feasibility when business walk. Based on the results of the analysis business feasibility from all over aspect, all of expressed meet the criteria feasibility.

Keywords: *Effective, Efficient, Car wash online*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dimasa Dimasa sekarang kendaraan terlihat semakin padat di jalanan kota-kota besar maupun kota kecil. Seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan di Indonesia maka bisnis cuci kendaraan pun semakin marak dan semakin dilirik banyak pebisnis. Penjualan mobil di Kota Palembang meningkat mencapai angka 588.190 pada tahun 2015 atau sekitar 5% meningkat pertahun dari tahun-tahun sebelumnya. Dari tabel 1 dibawah dapat dilihat minat masyarakat terhadap otomotif semakin tinggi di Sumatera Selatan.

Usaha pencucian kendaraan jelas bukan hal baru. Pelaku usaha ini pun tak terhitung jumlahnya. Mulai yang membuka usaha cuci mobil kelas pinggir jalan sampai yang memakai mesin pencuci otomatis alias *Car Wash Machine*. Umumnya usaha pencucian mobil ini menerima mobil-mobil yang datang ke tempat pencucian itu untuk dibkin bersih dan mengkilap (mobilkuci.blogspot.co.id, 2016).

Usaha ini bermula dilatar belakang saat penulis berpikir usaha apa yang harus didirikan pada zaman sekarang yang semakin maju dan berkembang kemudian penulis melihat sambil memikirkan usaha apa yang harus didirikan dan terpikirlah bisnis cucian mobil keliling adalah usaha pertama yang ada di Palembang, usaha cuci mobil keliling diinspirasi dari penggabungan semakin banyaknya jumlah tempat-tempat pencucian mobil dengan kesibukan pemilik kendaraan serta kemacetan yang kerap terjadi dan terpikirlah oleh penulis untuk mendirikan usaha yang pertama di Kota Palembang yang bernama “**PAZZO CAR WASH ONLINE**”, nama usaha ini dipilih karena penulis menginginkan nama usaha yang mudah diingat konsumen dan enak didengar, PAZZO sendiri adalah kata dari bahasa Italia yang artinya gila yang menggambarkan cucian nya lebih bersih dibandingkan dengan cuci mobil lain nya jadi penulis memutuskan untuk

memberikan nama usaha cucian mobil ini dengan nama *Pazzo Car Wash Online*.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan

1.2.1 Visi :

Menjadikan pelayanan jasa cuci mobil *online* yang dapat melayani konsumen dimana pun berada dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa cuci mobil yang terbaik dibenak konsumen.

1.2.2 Misi :

1. Melayani pencucian mobil langsung kerumah.
2. Melayani pencucian mobil bersifat *online* dan tetap menjaga kualitas.

1.2.3 Tujuan :

1. Memberikan pelayanan yang mudah bagi konsumen.
2. Melakukan inovasi terhadap usaha cuci mobil yang bersistem online.
3. Memberikan kepuasan maksimal terhadap konsumen.
4. Memanfaatkan teknologi informasi yang semakin pesat dengan mengkombinasikan terhadap pelayan jasa cuci mobil.

2. GAMBARAN USAHA

Pazzo Car Wash Mobile merupakan perusahaan atau usaha yang akan menawarkan jasa pelayanan cuci mobil keliling. Tempat usaha *Pazzo Car Wash Mobile* terletak di jalan saboking-king komplek griya harapan baru blok B8, Lemabang Ilir Timur II Palembang Sumatera Selatan. Usaha ini didirikan untuk menawarkan pelayanan jasa pencucian mobil keliling bersitem *mobile*. Konsumen tidak perlu lagi untuk mengantarkan mobil ketempat cucian mobil serta tidak melakukan antrian dalam mencuci mobil tetapi hanya menelfon penyedia jasa pecucian mobil keliling..

Pazzo Car Wash Mobile menggunakan konsep yang sederhana untuk memberikan pelayanan yang unik terhadap konsumen agar konsumen bisa tertarik untuk mencoba dan menjadikan pelayanan jasa cuci mobil terbaik.. Usaha cuci mobil yang pada umum

merupakan suatu tempat yang mengharuskan datang ketempat cucian mobil lalu mendaftarkan mobil untuk dicuci, maka *Pazzo Car Wash Mobile* memenuhi kebutuhan cuci mobil tanpa harus menunggu di cucian mobil dan lebih *fleksibel* dengan cara sistem *online*. Dengan menggunakan jasa cucian mobil *Pazzo* konsumen dapat menikmati mobil bersih tanpa harus menunggu waktu luang untuk pergi mencuci mobil. Untuk wilayah pemasaran *Pazzo* menargetkan konsumen yang berada dalam komplek maupun perumahan di Wilayah Ilir II Kota Palembang dengan alasan masih minim sumber daya serta menjadi pendatang baru dalam usaha cuci mobil.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*

3.1.1 Segmentasi

Segmentasi geografi dari *Pazzo Car Wash Online* yaitu khususnya masyarakat yang tinggal di perumahan maupun komplek Kecamatan Ilir Timur II, dan umumnya untuk seluruh masyarakat kota Palembang karena dipasarkan secara online via *BBM (Black Berry Messenger)* dan *Instagram*.

3.1.2 *Targeting*

Targeting dari *Pazzo Car Wash Online* adalah konsumen yang tinggal di komplek maupun perumahan serta jalan yang luas untuk dijangkau di Wilayah Ilir II Kota Palembang yang memiliki lebih dari satu kendaraan berroda 4 di dalam garasinya.

3.1.3 *Positioning*

Positioning dari *Pazzo Car Wash Online* adalah Konsumen yang berada di komplek maupun perumahan yang malas mengantarkan mobilnya ke tempat cucian.

3.2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

Perkiraan permintaan jasa cuci mobil di wilayah Ilir Timur II yang mana terdapat 4 RT dan memiliki penduduk sekitar 158.374 dan akan naik 10% pertahun

nya dan rata-rata pemilik mobil setiap RT 7.919.

b. Perkiraan Penawaran

Total perkiraan penawaran pesaing *Pazzo Car Wash Online* sebesar 1.126.

3.3 Rencana Penjualan

Tabel 3.5 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Tabun	Permintaan (A)	Penawaran (B)	Peluang (A-B)	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2017	7.919 unit	1.162 unit	6.757 unit	1.526 unit	20%
2018	8.160 unit	1.256 unit	6.904 unit	1.686 unit	20%
2019	8.451 unit	1.371 unit	7.080 unit	2.023 unit	20%

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 *Product*

Produk adalah suatu yang bias ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pemelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Suliyanto, 2010, h.83)

Pazzo Car Wash Online Produk jasa yang diberikan oleh cuci mobil *Pazzo* adalah usaha cuci mobil yang bersistem mobile yang mana konsumen tidak perlu repot dalam mengantarkan mobilnya ke tempat cucian dan hanya menelfon penyedia jasa cuci mobil *Pazzo* akan datang kerumah. Dalam pengenalan produk *Pazzo Car Wash Mobile* Menciptakan logo untuk menjadi sebuah identitas usaha fungsinya agar konsumen semakin mudah untuk mengenal usaha jasa *Pazzo* itu sendiri. Logo merupakan suatu elemen penting yang diciptakan untuk menggambarkan karakter khusus yang dimiliki oleh *Pazzo Car Wash Mobile*.



3.1 Proses pencucian mobil

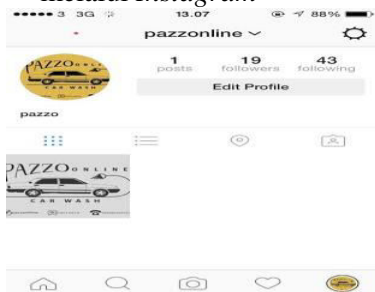
3.4.2 Price

Pazzo Car Wash Online menawarkan harga yang cukup relatif yaitu 35.000. Harga tersebut cukup terjangkau dan lebih murah dari para pesaing.

3.4.3 Promotion

a. Social Networking

Pazzo Car wash Online dapat dipesan melalui *Instagram*



Sumber: Penulis, 2016

Gambar 3.3 *Instagram Pazzo*

b. Periklanan

Periklanan yang Pazzo terapkan adalah menyebar brosur kepada komplek perumahan dan setiap orang mendapatkan 1 brosur.



3.4.4 Placement

Lokasi *Pazzo Car Wash Online* sendiri berada di Komplek Grya harapan baru blok B8, Kecamatan Ilir Timur II.

3.4.5 Proses

Proses adalah prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa (Kotler dan Armstrong, 2012). Cara konsumen memesan jasa cuci mobil Pazzo adalah yang pertama konsumen menelpon Pazzo lalu operator sendiri melihat waktu dan menyesuaikan waktu lalu menentukan jam, setelah waktu ditentukan penyedia jasa Pazzo akan langsung datang kerumah konsumen dan akan melakukan pencucian mobil itu kira-kira menghabiskan kurang lebih 45 menit.

3.4.6 Physical Evidence

Untuk *physical evidence* Pazzo, maka sebuah perusahaan harus memiliki baju yang membuat usaha tersebut terlihat menyatu dan memiliki baju yang bersama sama di gunakan untuk setiap waktu kerjanya.

Untuk ciri khas Pazzo, memiliki perpaduan dengan warna baju putih dan tulisan orange. Dengan ditambah dengan tulisan orange yang menjelaskan Pazzo crew. Sebagai ciri khas bukti sahnya dikerjakan oleh Pazzo.

3.5 SWOT

Strength (kekuatan)

Kekuatan (*Strength*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya (Pearce 2014, h.157). Berikut ini kekuatan dari usaha **PAZZO** yaitu :

1. Sistem *mobile* pertama yang ada di Kota Palembang dan belum ada nya pesaing yang memakai sistem *mobile* menjadikan penulis berani untuk mendirikan jasa cuci mobil *mobile* dan salah

satu usaha unik untuk dikenal serta diingat dibenak konsumen .

2. Harga yang berkompetitif karena **PAZZO** menyesuaikan dengan pesaing yang ada di Kota Palembang khususnya di Wilayah Ilir Timur II yang membuat konsumen tidak berfikir bahwa harga yang di tawarkan **PAZZO** itu sama dengan pesaing yang ada dan tetapi lebih unggul dalam *efisien* waktu.
3. Karyawan atau pegawai yang ramah dan bertanggung jawab karena **PAZZO** menerapkan kepada karyawan untuk melakukan sikap yang baik dan juga bertanggung jawab dari pekerjaan yang telah di lakukannya agar tidak ada kendala dalam melakukan pekerjaan tersebut.
4. Memberikan tingkat kepuasan dengan kebersihan mobil karena **Pazzo** harus mengutamakan kepuasan dan kebersihan dari mobil itu sendiri yang setelah di cuci agar konsumen dapat mendapatkan hasil yang memuaskan dari kinerja **PAZZO**.
5. *Efisien* waktu karena **PAZZO** mengutamakan konsumen yang tidak mau repot untuk mengantarkan mobilnya untuk di cuci ke *car wash* dan disini **PAZZO** menyediakan jasa kepada konsumen untuk datang kerumahnya dan mencucikan mobilnya.

4.5.2 Weakness (Kelemahan)

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Pearce 2014, h.157). Berikut ini kelemahan dari usaha **PAZZO** yaitu :

1. Konsumen yang masih mencari harga yang lebih murah karena banyaknya konsumen yang membandingkan harga dari pada pesaing bukan melihat dari hasil kinerja yang diberikan.
2. Kurang pedulinya konsumen terhadap mobil sendiri karena banyaknya konsumen yang tidak memelihara kebersihan dari mobil tersebut dan juga konsumen kurang peduli dengan kecantikan mobil.
3. Dalam sistem cuci mobil *mobile* adanya kelemahan mencolok dibandingkan cuci mobil lainnya yaitu tidak bisa nya mencuci memakai hidrolis yaitu membersihkan mobil bagian bawah yang membuat kelemahan **PAZZO** itu sendiri.
4. Daerah perkampungan yang tidak bisa dijangkau atau tidak bisa dijadikan target pasar karena jalannya kecil/sempit.

4.5.3 Opportunities (Peluang)

Peluang (*Opportunities*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan (Pearce 2014, h.156). Berikut ini peluang dari usaha **PAZZO** yaitu :

1. Masih belum ada banyak pencucian di sekitaran **PAZZO** karena di daerah Ilir Timur II hanya memiliki 4 pencucian yang jaraknya berjauhan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa masih banyaknya peluang yang akan di dapat oleh **PAZZO**.
2. Pada musim hujan mobil akan kotor karena konsumen akan lebih banyak menggunakan jasa untuk mencuci mobilnya ke tempat pencucian, dimana mobil tersebut akan memiliki bercak-bercak air akibat hujan dan juga air kotor akan membuat mobil lebih cepat berkarat apabila tidak dilakukan pencucian.
3. Banyaknya perumahan atau komplek yang telah dibangun, membuat adanya peluang emas bagi **PAZZO** tersendiri karena perumahan dan komplek adalah target pasar utama yang membuat penulis untuk mendirikan usaha ini.

4.5.4 Threats (Ancaman)

Berikut merupakan Ancaman dari **PAZZO** :

1. Munculnya pesaing baru karena masih banyaknya

peluang untuk membuka usaha cucian mobil bersistem *mobile* dan juga salah satu usaha pertama yang ada di Kota Palembang membuat kompetitor ingin bersaing dengan sistem *mobile*.

2. Pada musim panas jarang untuk membersihkan mobil karena pada musim panas mobil tidak akan kotor dan hanya memiliki debu-debu akibat jalan yang membuat konsumen tidak perlu untuk ke pencucian untuk dibersihkan.
3. Tidak menentu nya waktu konsumen untuk memesan jasa cuci mobil *mobile* membuat salah satu ancaman bagi **PAZZO** sendiri karena waktu operasinya tidak bisa dipastikan selama beberapa menit.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama Usaha	: Pazzo Car Wash
Jenis Usaha	: Cuci Mobil
Alamat Usaha	: Komplek Perumahan Griya Harapan
Nama Pemilik	: Firdiansyah
Status Pemilik Usaha	: Pemilik Usaha
Struktur Organisasi	: Pemimpin dan Karyawan

4.2 Perijinan

Dalam perijinan data yang dibuuhkan adalah mengisi form dari dinas kesehatan,

KTP, pas foto, SKDU dan sertifikat hasil uji laboratorium.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 4.1 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

No	Jumlah (orang)	Jabatan Pekerja	Deskripsi Pekerjaan
1	1	Pemimpin	<ol style="list-style-type: none"> Memantau kinerja karyawan Membeli bahan baku yang berkualitas Memproduksi produk yang higienis Memantau hasil produk yang dihasilkan Bersikap ramah terhadap konsumen
2	1	Karyawan	<ol style="list-style-type: none"> Melayani calon konsumen dengan ramah Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen maupun calon konsumen Mengantarkan pesanan konsumen Memastikan produk <i>The Roll Rainbow Cake</i> sampai kepada konsumen dengan kualitas yang baik

Sumber : Penulis, 2016

4.4 Inventaris dan Supply Kantor

Inventaris	Jumlah	Harga	Jumlah Harga
Mobil Second	1	-	-
Laptop	1	3.500.000	3.000.000
Modem	1	350.000	350.000
Meja olympic	1	500.000	500.000
Kursi	2	150.000	300.000
Telepon	1	550.000	550.000
Pompa steam	1	10.000.000	10.000.000
Interior cleaner	1	1.000.000	1.000.000
Genset	1	5.000.000	5.000.000
Kompresor	1	5.000.000	5.000.000
Mesin pompa air	1	1.500.000	1.500.000
Tedmond 1550 lt	1	1.500.000	1.500.000
Tedmond 300 lt	1	500.000	500.000
Selang dan Pipa (18 & 10M)	2	800.000	1.600.000
Sikat	2	40.000	80.000
Ember	4	29.000	116.000
Karnebo	4	15.000	60.000
Spon cuci mobil	4	10.000	40.000
Sabun cuci mobil	20 lt	60.000	1.200.000
Semir ban	5 lt	30.000	150.000
Total Inventaris Kantor			32.590.000

5. ASPEK KEUANGAN

5.1 Sumber Pendanaan

Tabel 5.1 Sumber Pendanaan *Pazzo Car Wash Online*

Keterangan	Persentase	Jumlah Modal(Rp)
Pribadi	100%	39.331.500
Total		39.331.500

Sumber : Penulis, 2016

5.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Tabel 5.2 Biaya Modal Kebutuhan Investasi *Pazzo*

No	Uraian	Kuantitas	Harga	Jumlah
Peralatan				
1	Pompa steam	1 Unit	10.000.000	10.000.000
2	Interior cleaner	1 Unit	1.000.000	1.000.000
3	Kompresor	1 Unit	5.000.000	5.000.000
4	Mobil pick up	1 Unit	-	-
5	Tedmond 1550 lt	1 Unit	1.500.000	1.500.000
6	Tedmond 300 lt	1 Unit	500.000	500.000
7	Selang dan pipa (18 & 10M)	2 Unit	800.000	1.600.000
8	Sikat	2 Unit	40.000	80.000
9	Karnebo	4 Unit	15.000	60.000
10	Mesin pompa air	1 Unit	1.500.000	1.500.000
11	Spon cuci mobil	4 Unit	10.000	40.000
12	Genset	1 Unit	5.000.000	5.000.000
13	Ember	4 Unit	29.000	116.000
Total Rencana Kebutuhan / Modal Investasi				26.396.000

Tabel 5.3 Biaya Depresiasi Peralatan *Pazzo Car Wash Online*

No	Uraian	Jumlah	Harga	Umur Ekonomis	Depresiasi
1	Pompa steam	1 Unit	10.000.000	5 tahun	1.000.000
2	Interior cleaner	1 Unit	1.000.000	5 tahun	500.000
3	Kompresor	1 Unit	5.000.000	5 tahun	1.000.000
4	Mobil pick up	1 Unit	-	4 tahun	1.000.000
5	Tedmond 1550 lt	1 Unit	1.500.000	5 tahun	200.000
6	Tedmond 300 lt	1 Unit	500.000	5 tahun	200.000
7	Selang (18 & 10M)	2 Unit	800.000	3 tahun	200.000
8	Mesin pompa air	1 Unit	1.500.000	3 tahun	500.000
9	Genset	1 Unit	5.000.000	5 tahun	1.000.000
10	Laptop	1 Unit	3.500.000	5 tahun	1.000.000
11	Meja	1 Unit	500.000	3 tahun	200.000
12	Kursi	1 Unit	150.000	3 tahun	150.000
Total Depresiasi Pazzo Car Wash					6.950.000

5.4 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 5.6 Perkiraan Pendapatan Rencana Penjualan dari Tahun 2017 sampai 2019

Keterangan	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
Kas Awal	42.997.500	47.337.500	64.337.500
Penjualan Tunai	66.040.000	80.440.000	105.120.000
Total Kas Masuk	109.037.500	127.777.500	169.457.500
Biaya – biaya			
A. Biaya tetap			
a. Biaya pemasaran	500.000	500.000	500.000
b. Gaji pemilik	12.000.000	12.000.000	12.000.000
c. Gaji karyawan	36.000.000	36.000.000	36.000.000
d. Biaya persediaan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
B. Biaya Variabel			
a. Biaya listrik dan air	4.800.000	5.000.000	6.500.000
b. Biaya transportasi	6.000.000	7.500.000	9.000.000
c. Biaya Internet	1.200.000	1.200.000	1.200.000
d. Biaya komunikasi	200.000	200.000	200.000
Total biaya	(61.700.000)	(63.400.000)	(66.400.000)
Surplus Kas	47.337.500	64.337.500	103.057.500

5.4.4 Net Present Value (NPV)

$$NPV = \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \frac{\text{kas bersih n}}{(1+r)^n} - \text{investasi}$$

$$NPV = \frac{47.337.500}{(1+0.065)} + \frac{64.337.500}{(1+0.065)^2} + \frac{103.057.500}{(1+0.065)^3} - 35.997.500$$

$$NPV = 44.448.356 + 60.410.798 + 96.767.136 - 39.331.500$$

$$NPV = 201.626.290 - 39.331.500 = \text{Rp.}162.294.790$$

Dari hasil NPV untuk Pazzo Car Wash Online sebesar

Rp.162.294.790 dan mempunyai nilai positif maka usaha ini layak

untuk dijalankan.

5.4.5 Internal Rate of Return (IRR)
Tabel 5.8 Hasil Perhitungan IRR dari Discount Factor

Tahun	Kas Bersih	Bunga 165%		Bunga 166%	
		DF	PV Kas Bersih	DF	PV Kas Bersih
1	47.337.500	0,364	17.230.850	0,361	17.130.594
2	64.337.500	0,232	14.730.719	0,232	14.753.660
3	103.057.500	0,046	4.133.867	0,043	3.919.642
Total PV Kas Bersih			36.095.436		35.803.896
Total PV Investasi			35.997.500		35.997.500
NPV		C1	97.936	C2	(193.604)

$$IRR = i_1 \frac{npv1}{npv1 - npv2} \times (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 165\% + \frac{36.095.436}{36.095.436 - (-35.803.896)} \times (166\% - 165\%)$$

$$IRR = 165\% + 0.50 \times 1\%$$

$$IRR = 165,50\%$$

Berdasarkan perhitungan NPV diatas, maka Pazzo Car Wash

Online dapat diterima karena bunga pengembalian lebih besar dari

6,5% (BI rate).

5.5 Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan merupakan bagian penting sebuah usaha yang digunakan untuk mengetahui jumlah unit dan jumlah rupiah yang akan diperoleh sebuah usaha untuk menganalisis dipergunakan perhitungan *Break Event Point* (BEP). BEP digunakan untuk mengetahui *volume* penjualan yang harus dicapai pada titik impasnya (Jumingan 2009, h.426). Analisa keuntungan Pazzo Car Wash Online menggunakan analisa *Break Event Point*. Berikut adalah analisa *Break Event Point* (BEP) yang digunakan untuk menghitung unit dan rupiah yang diperoleh Pazzo Car Wash Online

5.6 Laporan Keuangan

Tabel 5.9 Laporan Laba Rugi Pazzo Car Wash Online

Pazzo Car Wash Online
Laporan Laba Rugi
Tahun 2017 sampai 2019

Komponen R/L	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
Pendapatan	66.040.000	80.440.000	105.120.000
Biaya Operasi			
a. Biaya Pemasaran	500.000	500.000	500.000
b. Biaya Gaji Karyawan	36.000.000	36.000.000	36.000.000
c. Biaya Persediaan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
d. Biaya Listrik	4.800.000	5.000.000	6.500.000
e. Biaya Transportasi	6.000.000	7.500.000	9.000.000
f. Biaya Internet	1.200.000	1.200.000	1.200.000
g. Biaya komunikasi	200.000	200.000	200.000
Total B. Operasi	49.700.000	51.400.000	54.400.000
Labarugi Kotor Operasi	16.340.000	29.040.000	50.720.000
Penyusutan	6.950.000	6.950.000	6.950.000
E.B.T	9.390.000	22.090.000	43.770.000
Pajak 1%	93.900	220.900	437.700
E.A.T	9.296.100	21.861.100	43.332.300

Tabel 5.10 Laporan Neraca Pazzo Car Wash Online
Pazzo Car Wash Online
Neraca
Tahun 2017 sampai 2019

Pos-pos Neraca	Tahun Ke-1	Tahun Ke-2	Tahun Ke-3
Aktiva Lancar			
Kas	66.040.000	80.440.000	105.120.000
Persediaan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
T. Aktiva Lancar	67.040.000	81.440.000	106.120.000
Aktiva Tetap			
Mesin	25.150.000	25.150.000	25.150.000
Akumulasi Penyusutan	(6.950.000)	(6.950.000)	(6.950.000)
T. Aktiva Tetap	18.200.000	18.200.000	18.200.000
Total Aktiva	85.240.000	99.640.000	124.320.000
Utang	0	0	0
Ekuitas			
Modal Setor	75.893.900	77.640.900	80.745.700
Cadangan Laba	9.346.100	21.999.100	43.574.300
T. Ekuitas	85.240.000	99.640.000	124.320.000
Total Passiva	85.240.000	99.640.000	124.320.000

DAFTAR PUSTAKA

Anonim 2014, *Cara Membuat Siup Surat Izin Usaha* Diakses 22 November 2015, dari livemakefun.blogspot.co.id

Anonim 2015, *Data BI Rate*, Diakses 22 Desember 2015, dari www.bi.go.id

Anonim 2015, *Appendix A Financial Tables*, Diakses 20 Desember 2015, dari mathes.holycross.org

Jumingan 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.

Kasmir dan Jakfar 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta, Kencana.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip - prinsip Pemasaran jilid 1*, Jakarta, Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip - prinsip Pemasaran jilid 2*, Jakarta, Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009, *Manajemen Pemasaran jilid 1*, Jakarta, Indeks.

Statistik, Badan Pusat 2011, *Palembang Dalam Angka Tahun 2011*.

Statistik, Badan Pusat 2012, *Palembang Dalam Angka Tahun 2012*.

Statistik, Badan Pusat 2013, *Palembang Dalam Angka Tahun 2013*.

Statistik, Badan Pusat 2014, *Palembang Dalam Angka Tahun 2014*.

Tjiptono dkk 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta

Wibiono D 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.

Zimmerer, Thomas W 2008, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta.