



UJIAN AKHIR SEMESTER

Disusun oleh :

Farhah Adhha Auliya (0802518113)

Dava Tulus Fadhillah (0802518088)

Denni Setiawan (0802518091)

Mohammad Zidane Abdul Rachim (0802518176)

Putri Ramadina (0802518231)

Zahra Salsa Nabilla (0802518301)

Mata Kuliah :

Kepemimpinan dan Kewirausahaan (JK2)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AL AZHAR INDONESIA
JAKARTA
2021**

Executive Summary

Usaha Bowfriend ini dibuat dikarenakan antusiasme masyarakat terhadap produk minuman boba, namun karena sudah banyak sekali usaha boba yang dibuat, oleh karena itu kami ingin menciptakan sebuah inovasi dan konsep baru minuman boba dengan menggunakan bahan pokok yang sehat terdiri dari buah-buahan, susu, aloe vera. Sehingga kami dapat bersaing dengan produk boba lainnya namun kami tetap memiliki ciri khas tersendiri tidak sama dengan produk boba pada umumnya.



Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan ramat Nya yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Bisnis Mata Kuliah Kepemimpinan dan Kewirausahaan. Proposal bisnis ini disusun untuk memberikan informasi dan gambaran umum tentang bagaimana proses sebelum pembuatan bisnis berlangsung serta rencana yang telah ditetapkan. Kami menyadari masih banyak terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan kegiatan maupun penyampaian proposal bisnis ini, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun serta dukungan dari berbagai pihak berupa material maupun non material sangat kami sambut dengan tangan terbuka demi perbaikan di masa yang akan datang. Dan tidak lupa juga kami ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Syafitri Jumianto selaku Dosen Mata Kuliah Kepemimpinan dan Kewirausahaan yang telah membantu kami selama masa perkuliahan berlangsung
2. Seluruh Jajaran Universitas Al Azhar Indonesia yang kami banggakan.

Harapan kami, semoga dengan tersampainya proposal bisnis ini dapat bermanfaat kepada teman-teman sekalian yang akan merintis usaha nya di bidang F&B khususnya minuman boba

Jakarta, 22 Juli 2021

BAB I

PENDAHULUAN

Pada era saat ini begitu banyak perubahan yang sudah terjadi, di hampir semua sektor baik sektor pendidikan, penerbangan, makanan, minuman, dan sektor lainnya. Saat ini sangat terlihat bahwa dalam sektor F&B khususnya minuman juga sangat mengalami peningkatan dan perubahan, banyak sekali inovasi yang dilakukan demi melakukan sebuah *Improvement* serta ikut dalam trend yang ada, bahkan banyak perusahaan minuman membuat inovasi baru demi mengikuti trend agar menarik perhatian khalayak target sarannya. Minuman merupakan hal wajib di konsumsi bagi setiap diri individu, baik dengan rasa tawar, manis, dan asam. Banyak perusahaan yang membuat inovasi dari minuman yang sudah ada, untuk membedakan ciri khas dari perusahaan itu sendiri, biasanya dari segi bahan, konsep dan tekstur yang akan membuat adanya ciri khas dan perbedaan dari produk lainnya sehingga hal tersebut menjadi keunggulan dari perusahaan itu sendiri.

Dalam proposal bisnis ini kami akan membahas mengenai sebuah rancangan inovasi baru dalam minuman boba, yang tentu saja sebenarnya sudah banyak sekali minuman boba saat ini yang sudah terkenal di masyarakat. Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang minuman menghadirkan boba demi keberlangsungan trend yang sedang terjadi. Boba itu sendiri adalah berbentuk bola-bola kecil yang dibuat dengan bahan dasar gula dan tepung tapioka yang memberikan tekstur kenyal serta bewarna coklat tua atau hitam. Biasanya boba-boba dihadirkan dengan minuman dengan rasa teh susu, es kopi. Namun ada dampak yang tidak baik untuk tubuh jika sering mengkonsumsi minuman dengan boba yang ada di pasaran, berdasarkan penelitian pada 2017 yang dilakukan oleh Jae Eun Min, David B. Green dan Loan Kim, minuman boba memiliki kandungan gula rata-rata sebanyak 38 gram. Minuman ini juga mengandung kalori sebanyak 299 kkal untuk setiap porsi. Tekstur kenyal pada boba juga menambah dampak yang tidak baik untuk tubuh yang dimana tekstur tersebut akan sulit di cerna oleh tubuh, sedangkan boba-boba yang ada pada minuman biasanya lebih dari 20 butir, sehingga dengan begitu tubuh sulit untuk mencerna yang dapat mengakibatkan gangguan pencernaan.

Perusahaan PT. Teman Bersama Abadi yang bergerak dalam bidang minuman, mengeluarkan produk boba dengan merek "BowFriends". Kami menggunakan nama BowFriend dikarenakan produk boba kami memiliki warna-warni seperti pelangi dan kata

Friends diambil dari pemilik owner perusahaan yang beranggotakan 6 orang yang sangat akrab dan menjalin hubungan pertemanan yang erat. Produk BowFriend sangat memiliki perbedaan jika dibandingkan dengan produk boba dari perusahaan lain, yaitu BowFriends memiliki keunggulan bahwa produk minuman yang sehat dan aman untuk di konsumsi, yang dimana bahan dasar pembuatan boba adalah aloe vera atau lidah buaya dan jelly. Aloe vera atau lidah buaya banyak memiliki manfaat untuk kesehatan tubuh seperti mengatasi masalah pencernaan, menurunkan kadar gula darah, mencegah dehidrasi, melembabkan kulit, menutrisi rambut, dan lainnya.

Manfaat-manfaat yang didapat dengan mengkonsumsi boba berbahan aloe vera memberikan dampak yang baik untuk kesehatan tubuh, serta tekstur yang ada dalam BowFriends juga berbeda dari boba pada umumnya, yang dimana boba pada umumnya berbahan kenyal dan membutuhkan waktu pengunyahan untuk proses penelanan, namun boba yang dimiliki oleh BowFriends memiliki tekstur digigit langsung pecah, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menelan dan tubuh mudah untuk mencerna. Warna-warna dalam boba-boba BowFriend ada 5 warna yaitu merah, ungu, hijau, kuning, biru. Adanya slogan minuman sehat menjadikan BowFriends menggunakan pewarna yang alami, warna merah di dapatkan dari sari buah naga, warna ungu dari sari buah bit, warna hijau di dapat dari sari buah alpukat, kuning dari sari buah mangga, dan biru dari sari buah blueberry. BowFriends memiliki 6 varian menu yaitu BF Lychee, BF Dragon, BF Straw, BF Berry, BF Canda, BF Manggo. Gerai pertama BowFriends berada di Pasar Santa, Jakarta Selatan. Pada tanggal 20 Juni peresmian pembukaan gerai telah dilakukan, namun mengingat saat ini di masa pandemi Covid-19 kami memberikan himbauan untuk tidak beramai-ramai datang ke gerai. Solusinya adalah kami mengadakan *Opening promo* melalui pemesanan online melalui gofood dan grabfood, promonya adalah buy 1 get 1 yang berlangsung selama 3 hari. Selain itu kami juga memasarkan atau menyebarluaskan melalui akun media sosial instagram BowFriends dan melalui instagram adds. Saat melakukan pemasaran kami menonjolkan slogan “Boba Sehat Nihhh” yang dimana untuk memberikan rasa penasaran bagi para pembaca apakah benar bahwa boba BowFriends sehat, dalam akun instagram dijelaskan keunggulan-keunggulan dari minuman BowFriends.

Produk BowFriend, yang menggambarkan arti dari sebuah pertemanan yang sehat yang di promosikan melalui produk minuman. Dalam tutup cup tersebut terdapat gambar 6 orang yang menandakan pertemanan pemilik atau owner. Kemudian tidak lupa juga mencantumkan akun sosial media instagram Bowfriends di setiap cup pembelian produk sehingga itu memudahkan para konsumen jika ingin menetag akun instagram BowFriends saat sedang membeli atau menikmati sehingga dengan begitu pemasaran gratis akan berlaku melalui konsumen dan mudah tersebar. Selain itu perusahaan PT. Teman Bersama Abadi juga sangat terbuka jika ada saran dan kritik untuk produk BowFriends, dengan begitu produk kami bisa meningkatkan kualitas. Pendekatan yang perusahaan kami lakukan yaitu melalui media sosial, dalam instagram BowFriends akan mengadakan kuis berhadiah, dan games. Selain itu kami akan menjadikan salah satu selebgram sebagai brand ambassador dari produk BowFriends, hal itu dilakukan karena selebgram atau influencer memiliki daya tarik yang cepat karena ia sudah terkenal dalam media sosial dan memiliki banyak pengikut atau followers.

1.2 Tujuan Pembuatan Proposal

Tujuan dari pembuatan proposal ini adalah untuk membuat suatu unit usaha di bidang minuman dan serta mengetahui proses dari awal hingga akhir melalui rancangan bisnis yang akan dibuat untuk mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut. Tujuan pembuatan proposal ini juga untuk dapat memperkenalkan perusahaan baru kami yaitu PT. Teman Bersama Abadi serta produk baru yang ditawarkan lebih dikenal oleh masyarakat luas yaitu minuman bowfriends. Tujuan pembuatan proposal ini juga untuk dapat memperluas minuman boba sehat ini, yang dimana bahan dasar yang digunakan dalam produk kami ini yaitu bowfriends sangat aman untuk dikonsumsi oleh setiap individu baik anak-anak maupun lansia sekalipun karena mengandung aloe vera dan juga jelly sehingga dapat di pastikan aman untuk perut karena dapat langsung terolah oleh pencernaan.

1.3 Manfaat Pembuatan Proposal

Adapun manfaat dari pembuatan proposal ini yaitu untuk dapat membandingkan rencana usaha dengan hasil nyatanya. Lalu ada pun untuk membantu kami untuk merancang dan juga menguji strategi bisnis. Manfaat pembuatan proposal ini juga dapat memberikan informasi dasar tentang rencana serta kinerja kami sebagai wirausaha untuk dapat memahami resiko ketika situasi kurang pendapatan dan langkah untuk mencegahnya.

BAB II

PERENCANAAN PROPOSAL

2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dari suatu bisnis. Hal ini karena analisa ini dapat membantu perusahaan lebih mengenal berbagai macam aspek dari perusahaan dan membantu menghasilkan ide-ide baru. Analisis SWOT diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai target bisnis yang sedang dikelola atau yang masih dalam proses perencanaan untuk masa mendatang. Setiap pelaku bisnis memiliki sejumlah tujuan yang ingin dicapai. Tanpa adanya strategi yang jelas, sulit sekali mewujudkan suatu tujuan. Strategi itulah yang dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT. Teknik analisis ini bermanfaat bagi perusahaan, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru.

Strength (Kekuatan) ·

- Kualitas produk terjamin ·
- Citra rasa yang bervariasi ·
- Terbuat dari bahan baku yang sehat
- Harga terjangkau
- Sistem pembayaran mudah
- Praktis untuk dikonsumsi
- Tempat yang nyaman

Weakness (Kelemahan) ·

- Varian menu terbatas
- Keterbatasan musim buah
- Keterbatasan lahan parkir

Opportunity (Peluang)

- Cocok untuk semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua
- Masyarakat senang dengan jenis minuman kekinian
- Sikap masyarakat yang konsumtif
- Melakukan kegiatan marketing memanfaatkan *Instagram Ads*

Threat (Ancaman) ·

- Perubahan selera masyarakat yang cepat bosan

- Adanya pesaing dalam dunia minuman Boba

2.2 Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan salah satu aspek yang berkenaan mengenai kondisi pasar dari bidang usaha yang di jalankan, dan merupakan urutan pertama bila akan menyusun suatu proposal usaha. Aspek pasar adalah sebuah upaya dalam mengetahui besarnya permintaan pasar yang akan di terima dari masyarakat sekaligus juga untuk menempatkan posisi yang menguntungkan bagi usaha yang akan di jalankan.

A. Segmentasi, Targeting, dan Positioning

Segmentasi Pasar Bowfriends mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi yaitu sebagai berikut :

- Segmentasi berdasarkan demografis : Bowfriends memilih segmentasi pria dan wanita usia 15 – 35 tahun.
- Segmentasi berdasarkan psikologis : Sasaran pasar konsumen Bowfriends adalah konsumen gaya hidup sederhana minimalis
- Segmentasi berdasarkan geografis : Bowfriends berada di wilayah DKI Jakarta, target Pasar Bowfriends yaitu masyarakat di daerah sekitarnya, dari kalangan muda hingga orang tua.
- Positioning Kami ingin menciptakan *image* atau citra di benak konsumen sebagai penyedia minuman kekinian yang sehat dan berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.

2.2.1 Tingkat Persaingan

Saat ini masyarakat mulai memahami mengenai minuman kekinian yaitu boba. Sehingga mengembangkan bisnis minuman ini dapat menjadi pilihan yang menguntungkan. Selain itu kita juga bisa mengubah minuman kekinian menjadi lebih sehat. Dilihat dari peluang usaha ini berpotensi baik untuk kedepannya, karena dilihat dari cita rasa yang bervariasi dan sehat. Bowfriends terletak di daerah yang belum ada outlet ataupun produksi minuman boba dengan bahan dasar buah-buahan, sehingga peluang mendapatkan pelanggan yang banyak sangat besar.

2.2.3 Rencana Pemasaran

Penetapan Harga Penetapan harga yang akan dilakukan adalah dengan menetapkan harga berdasarkan tingkat keberlangsungan usaha, dimana mencari keuntungan yang relatif sehingga dapat menjalankan usaha secara terus menerus untuk meningkatkan pangsa pasar. Harga Bowfriends ini sangat terjangkau yaitu Rp. 33.000, hingga Rp. 35.000,- sesuai dengan target konsumennya

2.2.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan kami lakukan dalam proses penjualan adalah sebagai berikut: ·

- Mengenal pelanggan Kita harus tau bagaimana cara kita menghadapi pelanggan dengan cara membuka kolom komentar kritik serta saran dari konsumen serta membuat suasana menjadi interaktif sehingga adanya pesan saling timbal balik antara perusahaan dengan konsumennya
- Melakukan promosi Dengan cara membuat promo pada hari tertentu dan games online berhadiah agar dapat menarik perhatian masyarakat melalui *Instagram Story* Bowfriend sehingga timbulnya sebuah interaksi. Serta memanfaatkan pemasaran baru yakni *Instagram Ads* agar Bowfriends lebih tersebarluaskan lagi
- Membuat tempat yang nyaman seperti tempat dengan spot foto *Instagramable* sehingga cocok untuk konsumen yang suka foto.
- Menjalin ikatan baik terhadap konsumen dengan cara karyawan dituntut harus selalu mengedepankan 3S: Senyum, Salam, Sapa sehingga konsumen akan merasa nyaman dan terlayani dengan baik.

2.2.5 Aspek Produksi

Kebutuhan Bahan Baku Buah-Buahan & Tambahan Lain diantaranya :

Lychee · Blue Berry · Dragon Fruit · Manggo · Strawberry · Alvocado . Sedotan . Plastik Gantung . Cup Gelas

2.2.6 Kebutuhan Tenaga Kerja

Dalam melaksanakan usaha Bow Friends kami membutuhkan kurang lebihnya sebanyak 1 karyawan untuk di lapangan tempat usaha kami dan kami sendiri sebagai pendiri Bow Friends

yang akan melaksanakan marketing serta meninjau kualitas produk minuman kami dibantu dengan 1 karyawan untuk melayani konsumen

Proses produksi

- Potong buah sesuai dengan pesanan
- Masukkan ke dalam mesin Blender dan tambahkan susu dan air
- Setelah +- 5 menit di proses masukan ke dalam cup, lalu tambahkan boba di atasnya
- Minuman siap di sajikan

Kapasitas Produksi

Menggunakan peralatan produksi yang sangat memadai dan memiliki 2 mesin blender kami bisa menghasilkan 100 minuman dalam sehari

2.2.7 Analisis Organisasi

Input

Status SDM yang sangat memumpuni terlebih lagi Bow Friend sebelum menerima karyawan kami kan mengadakan Proses latihan selama 1 bulan secara pribadi sehingga menghasilkan SDM yang kami inginkan Status Keuangan yang kami miliki akan membagi rata kepada setiap owner dan tergantung nilai saham yang setiap owner miliki dalam usaha ini nantinya · Status sarana Prasarana yang BowFriend sangat amat menarik pengunjung terlebih lagi kaula muda yang dimana kami kan membuat tempat untuk pengunjung nyaman dan semenarik mungkin · Teknologi Yang dimiliki oleh bowfriend sangat lah simple hanya yang di butuhkan saja seperti QR Code untuk pembayaran non cash dan mesin pendingin ruangan & bahan baku alat penggiling buah serta mesin pres untuk penutup cup

Proses ·

Penguasaan Proses yang sangat amat di perhatikan demi menjaga keutuhan rasa di setiap pilihan rasa Bow Friends · Ketepatan Waktu Proses yang di miliki oleh Bow Friends yang sangat terjamin tepat waktu karena kami memiliki 2 mesin penghalus buah untuk memangkas waktu dalam proses mengupas kulit yang terlalu memakan waktu

Output

Kemasan yang kami miliki simple namun memberikan kesan ceria atau gembira karena di dalam cup kami akan mendesign di setiap cup Bow friends dan menempelkan sticker di setiap cup nya untuk ajang seklaian promosi akun sosial media kami · Harga muali dari Rp.33.000-Rp.35.000 di setiap rasa yang Bow Friends tawarkan · Kualitas Produk di jamin bagus dan All Fresh karena Bow Friends sendiri memiliki filosofi pertemanan yang sehat membutuhkan minuman yang sehat pula maka dari itu Bow Friends memiliki kualitas produk yang tidak bisa di ragukan karena proses pemilihan bahan baku kami perhatikan hingga dapat dinikmati oleh para pembeli · Cara Promosi melalui media sosial dan Bow Friends sendiri nanti nya akan memiliki sosial media sendiri untuk memudahkan para pembeli jika ingin bertanya seputan produk kamu selain itu Bow Friends akan mengadakan Event atau perlombaan kecil-kecilan untuk memperkenalkan produk kami ke masyarakat luas.

BAB III

PERENCANAAN KEUANGAN

3.1 Modal Usaha

Modal usaha dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari. Dalam hal ini kebutuhan modal usaha yang diperlukan adalah untuk keperluan usaha minuman “Bowfriend”.

KETERANGAN	JUMLAH
PERLENGKAPAN YAG DIPERLUKAN	Rp 5,229,000
BAHAN HABIS PAKAI	Rp 643,500
PERJALANAN	Rp 150,000
LAIN-LAIN	Rp 3,800,000
JUMLAH (TOTAL INVESTASI)	Rp 9,822,500

Peralengkapan/alat yang diperlukan :

- Blender (2 Unit)/ unit Rp 102.000 : Rp 204.000,-
- Gunting (2 Unit)/ Unit Rp 5.000 : Rp 10.000,-
- Cetakan Boba (10 Unit)/ Unit Rp 10.000 : Rp 100.000,-
- Meja dan Kursi (2 Set)/ Unit Rp 200.000 : Rp 400.000,-
- Air Conditioner (1 Unit) Rp 2.000.000 : Rp 2.000.000,-
- Mesin Kasir (1 Unit) Rp 620.000 : Rp 620.000,-
- Printer Kertas Kasir (1 Unit) Rp 1.890.000 : Rp 1.895.000,-

Total : **Rp5.229.000,-**

Bahan Habis Pakai

- Susu Diamond 1 L/Rp.14.000 x (10) : Rp 140.000,-
- Aloe Vera 500 g/Rp 22.500 x (2) : Rp 45.000,-
- Jelly 1Kg/Rp 67.500 x (1) : Rp 67.500,-
- Air Biru 5pcs/ Rp 8.000 x (5) : Rp 40.000,-

➤ Buah Lychee 500g/Rp 24.000 x (2)	: Rp 48.000,-
➤ Buah Mangga 1Kg/Rp 21.000 x (2)	: Rp 42.000,-
➤ Buah Naga 3Pcs/Rp 18.000 x (1)	: Rp 18.000,-
➤ Buah Strawberry 500g/Rp 25.000 x (2)	: Rp 50.000,-
➤ Buah Blueberry 500g/Rp 25.000 x (2)	: Rp 50.000,-
➤ Buah Alpukat 500g/Rp 27.000 x (2)	: Rp 54.000,-
➤ Cup Gelas 1pack/Rp 26.000 x (2)	: Rp 52.000,-
➤ Sedotan 1pack/Rp 13.000 x (1)	: Rp 13.000,-
➤ Plastik Gantung 1 pack/Rp 24.000 x (1)	: Rp 24.000,-
Total	: Rp643.500,-

Biaya Perjalanan

➤ Jasa Pengambilan Bahan- Bahan	: Rp 150.000,-
Total	: Rp150.000,-

Biaya Lain – Lain

➤ Gaji Karyawan	: Rp 1.500.000,-
➤ Wi-Fi	: Rp 200.000,-
➤ Sewa Tempat	: Rp 1.400.000,-
➤ Listrik	: Rp 700.000,-
Total	:Rp3.800.000,-

Sub Total Modal Usaha **:Rp9.822.500,-**

3.1.1 Biaya Tetap

Seperti namanya, *fixed cost* atau biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan pelaku usaha dalam jumlah tetap dan tak berubah, terlepas dari *output* yang dihasilkan usaha tersebut.

Dalam jangka waktu tertentu, biaya ini tidak akan mengalami perubahan dan tidak dipengaruhi aktivitas usaha yang meningkat maupun menurun seiring waktu. Dalam usaha Bowfriend terdapat beberapa biaya tetap yang sudah ditentukan , diantaranya :

NO	BAHAN HABIS PAKAI	KETERANGAN	KUANTITAS	SATUAN	HARGA	JUMLAH/BULAN
1.	Susu Diamond	Bahan Utama	10	lL	Rp 14,000	Rp 140,000
2.	Aloe Vera	Bahan Utama	2	500g	Rp 22,500	Rp 45,000
3.	Jelly	Bahan Utama	1	1Kg	Rp 67,500	Rp 67,500
4.	Air Biru	Bahan Utama	5	Galon	Rp 8,000	Rp 40,000
5.	Buah Lychee	Bahan Utama	2	500g	Rp 24,000	Rp 48,000
6.	Buah Mangga	Bahan Utama	2	1Kg	Rp 21,000	Rp 42,000
7.	Buah Naga	Bahan Utama	1	3Buah	Rp 18,000	Rp 18,000
8.	Buah Strawberry	Bahan Utama	2	500g	Rp 25,000	Rp 50,000
9.	Buah Blueberry	Bahan Utama	2	500g	Rp 25,000	Rp 50,000
10.	Buah Alpukat	Bahan Utama	2	500g	Rp 27,000	Rp 54,000
11.	Cup Gelas	Bahan Utama	2	Pack	Rp 26,000	Rp 52,000
12.	Sedotan	Bahan Utama	1	Pack	Rp 13,000	Rp 13,000
13.	Plastik Gantung	Bahan Utama	1	Pack	Rp 24,000	Rp 24,000
TOTAL						Rp 643,500
	KAPASITAS PRODUKSI PERBULAN	3,000				

Dari penjelasan tabel diatas dapat diketahui bahwa Bowfriend dalam 1 bulan akan melakukan produksi sebanyak 3000 cup/ bulan dari modal yang diketahui sebesar Rp 643.000,-

3.1.2 Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost*). Jenis biaya ini dapat bervariasi jumlahnya karena bergantung pada jumlah *output* yang dihasilkan serta faktor-faktor lain. Biaya variabel akan ikut berubah ketika tingkat aktivitas usaha meningkat atau menurun. Karena system pemasaran bowfriend akan memanfaatkan media social berbayar seperti “Instagram Ads” oleh karena itu kami percaya bahwa Bowfriend memiliki biaya variable sama seperti modal dikarenakan Bowfriend akan memastikan dalam 1 bulan akan terjual 3000 cup atau sama saja 100 cup/hari.

3.2 Pengelolaan Keuangan

Menurut Hartati (2013) seluruh proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan

BULAN KE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RENCANA PRODUKSI	1500	2000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
CASH FLOW												
KAS TERSEDIA AWAL BULAN	Rp 9.822,500	Rp 56.520,483	Rp 125.756,883	Rp 229.612,117	Rp 333.467,350	Rp 437.322,583	Rp 541.177,817	Rp 645.033,050	Rp 748.888,283	Rp 852.743,517	Rp 956.598,750	Rp 1.060.453,983
CASH OUT FLOW												
PERLENGKAPAN YANG DIPERLUKAN	Rp 5.229,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
BAHAN HABIS PAKAI	Rp 396,750	Rp 529,000	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500	Rp 793,500
PERJALANAN PRODUKSI	Rp 75,000	Rp 100,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000	Rp 150,000
PERJALANAN PEMASARAN	Rp 100,000	Rp 133,333	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000
LAIN-LAIN	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267	Rp 1,267
JUMLAH	Rp 5.802,017	Rp 763,600	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767	Rp 1.144,767
SISA KAS	Rp 4.020,483	Rp 55.756,883	Rp 124.612,117	Rp 228.467,350	Rp 332.322,583	Rp 436.177,817	Rp 540.033,050	Rp 643.888,283	Rp 747.743,517	Rp 851.598,750	Rp 955.453,983	Rp 1.059.309,217
CASH IN FLOW												
HASIL PENJUALAN	Rp 52.500,000	Rp 70.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000
JUMLAH	Rp 52.500,000	Rp 70.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000
KAS TERSEDIA (AKHIR BULAN)	Rp 56.520,483	Rp 125.756,883	Rp 229.612,117	Rp 333.467,350	Rp 437.322,583	Rp 541.177,817	Rp 645.033,050	Rp 748.888,283	Rp 852.743,517	Rp 956.598,750	Rp 1.060.453,983	Rp 1.164.309,217

pendapatan perusahaan dengan meminimalkan biaya, selain itu dalam penggunaan dan pengalokasian dana yang efisien dapat memaksimalkan nilai

3.2.1 Penentuan HPP (Harga Pokok Penjualan)

Yang dimaksud dengan harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan HPP merupakan perbandingan antara seluruh harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual dengan hasil dari barang-barang yang dijual (nilai-nilai dan harga jual). Menurut Kusnadi (2000:178), jumlah persediaan awal ditambah dengan total harga pembelian bersih selama suatu periode disebut harga pokok barang yang siap untuk dijual (*Cost Of Goods Available For Sale*), Dibawah ini merupakan HPP dari Bowfriend :

PENENTUAN HARGA/PCS	HARGA
BAHAN HABIS PAKAI	Rp 215
PERJALANAN PRODUKSI	Rp 50
HPP	Rp 265
PERJALANAN PEMASARAN	Rp 67
LAIN-LAIN	Rp 1,267
HARGA OPERASIONAL	Rp 1,598
BEBAN DEPRESIASI(PENYUSUTAN)	-
HARGA SEBELUM LABA	Rp 1,598
LABA	Rp 30,000
HARGA JUAL	Rp 31,598
PEMBULATAN HARGA JUAL	Rp 35,000

Diketahui dari tabel diatas bahwa Laba yang akan didapatkan Bowfriend yakni senilai Rp 30.000,- dan harga jual yang akan dipasarkan senilai Rp 35.000,-

3.2.2 Analisis Pendapatan

BULAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
HASIL PENJUALAN (A)	Rp 52,500,000	Rp 70,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000	Rp 105,000,000
HPP (B)	Rp 471,750	Rp 629,000	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500
LABA KOTOR (C)=(A-B)	Rp 52,028,250	Rp 69,371,000	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500	Rp 104,056,500
PEMASARAN (D)	Rp 101,267	Rp 134,600	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267
LABA OPERASIONAL (E)=(C-D)	Rp 51,926,983	Rp 69,236,400	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233
DEPRESIASI (F)	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988
LABA BERSIH (H)=(E-F)	Rp 51,875,995	Rp 69,185,412	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245	Rp 103,804,245
PERTUMBUHAN KEUNTUNGAN	Rp 51,875,995	Rp 121,061,407	Rp 224,865,652	Rp 328,669,898	Rp 432,474,143	Rp 536,278,388	Rp 640,082,633	Rp 743,886,879	Rp 847,691,124	Rp 951,495,369	Rp 1,055,299,614	Rp 1,159,103,860

Dari tabel analisis pendapatan diketahui bahwa adanya perbedaan Laba yang didapatkan dalam 2 bulan pertama, bulan yakni bulan 1 Rp 51.875.995 dan bulan ke 2 senilai Rp 69.185.412, hal tersebut terjadi dikarenakan masa bulan 1 dan 2 merupakan masa percobaan penjualan tidak 100 cup/hari, setelah mengalami kestabilan penjualan, baru di bulan ke 3 sampai 12 Bowfriend konsisten untuk melakukan penjualan sebanyak 100 cup/hari, oleh karena itu bisa dilihat keuntungan yang didapat dari bulan ke 3-12 sama.

3.2.3 Analisis Profit (Laba/Rugi)

BULAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
HASIL PENJUALAN (A)	Rp 52.500,000	Rp 70.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000	Rp 105.000,000
HPP (B)	Rp 471,750	Rp 629,000	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500	Rp 943,500
LABA KOTOR (C)=(A-B)	Rp 52.028,250	Rp 69.371,000	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500	Rp 104.056,500
PEMASARAN (D)	Rp 101,267	Rp 134,600	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267	Rp 201,267
LABA OPERASIONAL (E)=(C-D)	Rp 51.926,983	Rp 69.236,400	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233	Rp 103.855,233
DEPRESIASI (F)	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988	Rp 50,988
LABA BERSIH (H)=(E-F)	Rp 51.875,995	Rp 69.185,412	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245	Rp 103.804,245
PERTUMBUHAN KEUNTUNGAN	Rp 51.875,995	Rp 121.061,407	Rp 224.865,652	Rp 328.669,898	Rp 432.474,143	Rp 536.278,388	Rp 640.082,633	Rp 743.886,879	Rp 847.691,124	Rp 951.495,369	Rp 1.055.299,614	Rp 1.159.103,860

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa di bulan ke 2 menuju bulan ke 3 kenaikan keuntungan sangat signifikan sekali, hal tersebut dikarenakan sudah adanya konsistensi penjualan di bulan ke 3 sebanyak 100 Cup/hari,

3.2.4 Analisis BEP (Unit) dan BEP (Rupiah)

BEP PERBULAN	PERBULAN	TOTAL (2 TAHUN)
TOTAL FIX COST (A)		
PENYUSUTAN	-	Rp 9,822,500
LAIN-LAIN (PEMASARAN)	Rp 3,800,000	Rp 91,200,000
JUMLAH	Rp 3,800,000	Rp 101,022,500
VARIABLE COST (B)		
BIAYA BAHAN BAKU	Rp 215	Rp 215
PERJALANAN (PRODUKSI)	Rp 50	Rp 50
PERJALANAN (PEMASARAN)	Rp 67	Rp 67
TOTAL VARIABEL COST	Rp 331	Rp 331
PEMBULATAN HARGA JUAL (C)	Rp 35,000	Rp 35,000
(C-B)	Rp 34,669	Rp 34,669
BEP UNIT (A/C-B)	110	Rp 2,914

Hasil analisis BEP menunjukkan angka perbulan BEP di Rp 34.669,- dan mendapatkan 110 Cup

3.2.5 Analisa PBP (Pay Back Period)

PAYBACK PERIOD	Bulan ke-12											
BULAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TOTAL KAS MASUK	Rp 51,926,983	Rp 69,236,400	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233	Rp 103,855,233
PERTUMBUHAN KAS MASUK	Rp 51,926,983	Rp 121,163,383	Rp 225,018,617	Rp 328,873,850	Rp 432,729,083	Rp 536,584,317	Rp 640,439,550	Rp 744,294,783	Rp 848,150,017	Rp 952,005,250	Rp 1,055,860,483	Rp 1,159,715,717

Diketahui bahwa Pay back period terjadi sangat signifikan di bulan pertama sudah baik sekali sehingga prospek untuk bulan-bulan berikutnya akan sangat bisa untuk dinikmati hasilnya.

BAB IV PENUTUP

KESIMPULAN

Rancangan ini dibuat dikarenakan produk Boba sangat digemari sekali oleh masyarakat, sehingga kami membuat rancangan bisnis ini agar kedepan kami sudah mengetahui bagaimana perhitungan untuk membuat sebuah usaha/bisnis, sehingga semua perhitungan yang digunakan jelas dan terstruktur dengan rapih. Rancangan bisnis ini merupakan sebuah gambaran yang baik ketika kita akan membangun sebuah usaha minuman Boba, perhitungan yang dilakukan baik dari modal usaha, harga bahan dan lainnya tentu menggunakan riset terlebih dahulu, dan akan baik jika rancangan bisnis ini dapat dilanjutkan/direalisasikan sehingga juga mungkin data-data diatas bisa menjadi sebuah tolak ukur bagi kita jika ingin membuka suatu usaha, dan dengan adanya rancangan bisnis yang dibuat diatas jadi tahu istilah perhitungan keuangan seperti Modal usaha, Payback periode, analisis pendapatan, Cash flow, analisis BEP unit dan lain-lainnya.

Dan dikarenakan bisnis Bowfriend ini merupakan konsep yang berbeda dari produk boba lainnya dari segi bahan dan konsep bisa jadi ini merupakan sebuah langkah awal untuk membuka dan menyebarkan rasa baru di dalam dunia Boba, sehingga dalam persaingan dunia boba Bowfriend menghadirkan sebuah inovasi yang baru dan dapat bersaing serta memiliki konsep berbeda dari produk lainnya

Saran

4.1.1 Saran Akademis

Dengan adanya rancangan bisnis ini diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran kedepan dan diharapkan dengan adanya rancangan ini bisa bermanfaat bagi orang yang akan membangun sebuah usaha melalui rancangan bisnis yang akan mereka buat

4.1.2 Saran Praktis

Disarankan kepada para teman-teman yang akan membuat bisnis agar sebelumnya membuat rancangan bisnis terlebih dahulu agar bisnis yang akan dibuat bisa terstruktur dan terencana dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

Hartati, Sri. 2013. Manajemen Keuangan Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
www.apipwu.com/wpcontent/uploads/2013/01/ArtikelSriHartati.pdf

Sari Juliasti, 2009. *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: PT Persero Hlm. 4)