**Form 3**

**FORMAT BUSINESS PLAN**

**(FORMAT RENCANA USAHA)**

**FORMAT PROPOSAL TERTULIS**

**1. COVER DEPAN**

**1.1 Gambar dan Design menarik**

Gambar dan design cover depan proposal harus dapat mewakilkan jenis dan karakter dari usaha yang tercerminkan dari design dan warna yang sesuai.

**1.2 Logo / Lambang Usaha**

Digunakan untuk mempermudah dan membedakan usaha kita di mata konsumen dalam mengingatkan usaha kita dibandingkan dengan pesaing dan nama usaha yang sama.

**1.3 Informatif ( nama, alamat, contact no )**

Berisi informasi nama usaha, domisili / alamat tempat usaha serta nomor telepon yang dapat dihubungi apabila calon investor ataupun konsumen ingin menghubungi.

**2. PENDAHULUAN**

**2.1 Sejarah Berdirinya Usaha**

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan kepada calon investor dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat didalamnya.

**2.2 Visi & Misi Usaha**

**Visi** merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (What to Be? )

**Misi** merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (How to Be ?). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

**3. ASPEK PEMASARAN**

**3.1 Gambaran Umum Pasar ( STP )**

**Segmen Pasar** merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita

**Target Pasar** merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita.

**Positioning** adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

* 1. **Permintaan**
* Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.
* Proyeksikan permintaan konsumen dalam beberapa periode / tahun mendatang seperti kenaikan x % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Perkiraan Permintaan  ( dalam Unit ) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* 1. **Penawaran**
* Penawaran dari produk pesaing sejenis di pasar

|  |  |
| --- | --- |
| Nama Perusahaan  Pesaing | Kapasitas Produksi / Tahun  ( dalam Unit ) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Perkiraan Penawaran  ( dalam Unit ) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* 1. **Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar**

**Rencana Penjualan** adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.

**Pangsa Pasar** adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Permintaan  (A) | Penawaran  (B) | Peluang  (C = A-B) | Rencana  Penjualan | Pangsa Pasar  (E = DX100% / C) |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

* 1. **Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing**

**Strategi Pemasaran Perusahaan** dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

* + 1. **Product**

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

* + 1. **Price**

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

* + 1. **Promotion**

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

* **Advertising (Iklan)**

Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

* + Media Cetak : Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/koran.
  + Media TV dan Radio : Iklan TV, Jingle Iklan Radio
* **Sales Promotion**

Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

* **Personal Selling**

Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

* **Public Relation**

Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

* + 1. **Placement**

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

* + 1. **People**

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

* + 1. **Process**

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

* + 1. **Physical Evidence**

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

**4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN**

**4.1 Aspek Organisasi**

* Nama Perusahaan / Usaha
* Nama Pemilik / Pimpinan
* Alamat kantor dan tempat usaha
* Bentuk Badan Hukum ( Kalo berbentuk Badan Hukum )
* Struktur Organisasi
* Jabatan, Jumlah staf, Uraian Tugas, dan Penggajian

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jabatan** | **Uraian Tugas**  **(A)** | **Jumlah**  **(B)** | **Gaji / Bulan**  **(C)** | **Total**  **(BxC)** |
| Pimpinan |  |  |  |  |
| 1. Direksi |  |  |  |  |
| Staf |  |  |  |  |
| 1. Bag. Pemasaran |  |  |  |  |
| 2. Bag. Produksi |  |  |  |  |
| 3. Bag. Keuangan |  |  |  |  |
| dll |  |  |  |  |
| **Total Gaji / Bulan** | | | |  |

**4.2. Perijinan**

Perijinan yang perlu disiapkan sebelum usaha dimulai dan disertai dengan biaya pengurusannya. Apabila usaha kita tidak berbentuk badan hukum maka perijinan tidak kompleks tetapi hanya perlu perijinan dari wilayah sekitarnya (paling tidak sampai ijin kecamatan / kelurahan ) disertai keterangan dari pihak RT / RW dimana usaha kita berada.

Sedangkan bila usaha kita akan berbentuk badan hukum maka perijinan yang diperlukan adalah : ijin prinsip (dari instansi terkait), SITU (Surat Ijin Tempat Usaha), TDP ( Tanda Daftar Perusahaan), Akta Pendirian Perusahaan, dll. Semua biaya diatas berkisar antara 5-7 jt untuk berbentuk PT (Perseroan Terbatas) tergantung wilayah usaha dan dikerjakan semuanya oleh NOTARIS.

**4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan**

Kegiatan sebelum usaha dimulai disertai dengan jadwal pelaksanaan yang diatur berdasarkan periode tertentu ( mingguan atau bulanan ).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **KEGIATAN** | **JADWAL PELAKSANAAN**  **( Dalam Mingguan )** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1. Survey Pasar |  |  |  |  |
| 2. Menyusun Rencana Usaha |  |  |  |  |
| 3. Perijinan |  |  |  |  |
| 4. Survai tempat usaha |  |  |  |  |
| 5. Survai Mesin / Peralatan |  |  |  |  |
| 6. Pemasangan Sarana Penunjang |  |  |  |  |
| 7. Mencari tempat kerja |  |  |  |  |
| 8. Uji Coba Produksi |  |  |  |  |
| 9. Operasional |  |  |  |  |

**4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor**

Inventaris kantor untuk barang yang umur produknya lebih dari 1 tahun.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Inventaris / Perangkat Kerja** | **Merk** | **Jumlah unit** | **Harga** | **Jumlah harga** |
|  |  |  |  |  |
| Total Inventaris Kantor | | | |  |

**Supply Kantor** merupakan biaya untuk menunjang kegiatan administrasi seperti ATK Alat Tulis Kantor ( umur ekonomis 1 tahun atau kurang )

|  |  |
| --- | --- |
| **Jenis Biaya Supply Kantor** | **Total Biaya per Tahun** |
|  |  |
| Total Supply Kantor |  |

**5. ASPEK PRODUKSI**

5.1. Produk

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

1. Dimensi Produk

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya.

1. Nilai/Manfaat Produk

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk

1. Kegunaan/Fungsi Produk
   * Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir); meliputi:
     + *Convenience goods*, yaitu produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat, misalnya beras, gula, teh, permen, dll.
     + *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh kon-sumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya. Contohnya adalah baju, telepon seluler, mobil, dsb.
     + *Specialty goods*, yaitu produk yang mempunyai karakteristik unik dan mempunyai merek yang sudah terkenal; misalnya mobil mewah, jam tangan mewah, dsb.
     + *Unsought goods*, adalah produk yang kurang dikenal atau dike-tahui umum tetapi kurang diminati, misalnya asuransi
   * Produk industri, yaitu produk yang biasa dibeli oleh pelaku usaha produksi lainnya. Biasa dikenal dalam B to B (*business to business*). Dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu:

* Bahan baku dan suku cadang: merupakan bahan mentah yang akan diproses lebih lanjut.
* Barang modal: yaitu barang-barang yang berumur lebih dari 1 tahun dan tidak untuk dijual belikan.
* Perlengkapan dan jasa bisnis, yaitu produk tidak tahan lama yang membantu operasional perusahaan.

5.2. Proses Produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

5.3. Kapasitas Produksi

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas dilakukan dalam jangka minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Rencana produksi (dalam unit)** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

5.4. Tanah dan Bangunan

Perencanaan tanah dan bangunan berkaitan dengan lokasi untuk kan-tor, tempat usaha, pabrik, gudang, tempat parkir, dll. Untuk keperluan perhitungan kelayakan finansial usaha, maka perlu diperhitungkan ukuran, harga beli atau sewanya.

5.5. Pemasangan Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*lay-out*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain.

|  |  |
| --- | --- |
| **Jenis Biaya** | **Jumlah Biaya** |
| * 1. Pemasangan instalasi listrik |  |
| * 1. Pemasangan instalasi air (PAM) |  |
| * 1. Pemasangan instalasi telepon |  |
| * 1. Pemasangan instalasi internet |  |
| * 1. Dan lain-lain |  |
| Total Biaya Pemasangan Sarana Penunjang : |  |

5.6. Mesin dan Peralatan

Baik untuk skenario pembelian ataupun sewa, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedetail mungkin proyeksinya. Perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis wirausahawan.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama Mesin/Peralatan** | **Merk** | **Jumlah Unit** | **Harga** | **Jumlah Harga** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Total Pembelian Mesin/Peralatan |  |  |  |  |

5.7. Bahan Baku dan Bahan Pembantu

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama Bahan Baku** | **Merk** | **Jumlah Unit** | **Harga** | **Jumlah Harga** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |
| Total Pembelian Bahan Baku |  |  |  |  |

Perencanaan bahan baku dan bahan pembantu merupakan bagian utama untuk perhitungan kebutuhan modal kerja. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah suplier, kuantitas, harga beli, persyaratan pembe-lian, ketersediaan, dan persediaan.

5.8. Tenaga Produksi (Tenaga Kerja Langsung)

Perencanaan tenaga kerja langsung (TKL), juga perlu memperhatikan hal-hal mengenai kualifikasi, tarif upah, jumlah tenaga yang dibutuhkan, dan persyaratan kerja.

1. Sistem Harian:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Kegiatan** | **Tarif/Upah per hari** | **Jumlah Tenaga Kerja** | **Jumlah Hari Kerja/Tahun** | **Jumlah (Rp.)** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |
| Total Upah Tenaga Produksi Sistem Harian |  |  |  |  |

1. Sistem Borongan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Kegiatan** | **Tarif/Unit** | **Jumlah Produksi/Tahun** | **Jumlah Harga Beli** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Total Upah Tenaga Produksi Sistem Borongan: |  |  |  |

5.9. Biaya Umum Usaha/Pabrik

Sebagai komponen biaya modal kerja yang terakhir, perlu juga direncanakan biaya-biaya penunjang (sarana dan prasarana), misalnya sebagai berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| **Jenis Biaya Umum Usaha/Pabrik** | **Jumlah Biaya/Tahun** |
| 1. Pemeliharaan mesin dan peralatan |  |
| 1. Suku cadang, bahan bakar, oli, dsb. |  |
| 1. Rekening listrik, air, telepon. |  |
| 1. Pemeliharaan bangunan |  |
| Total Biaya Umum Usaha/Pabrik per tahun: |  |

6. ASPEK KEUANGAN

6.1. Strategi Sumber Pendanaan Usaha

6.2. Proyeksi Keuangan

Aspek finansial dari proposal bisnis harus dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 perfoema laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan *cash flow*. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

* 1. Sumber Pendanaan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Persentase (%) | | Jumlah |
| (a) | (b) | (c = a + b) |
| 1. Modal Sendiri |  |  |  |
| 2. Pinjaman |  |  |  |
| Jumlah (1+2) |  |  |  |

* 1. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Banyaknya | Harga/Unit | Jumlah |
| (1) | (2) | (3 = 1 x 2) |
| a. Tanah |  |  |  |
| b. Bangunan |  |  |  |
| c. Mesin/Peralatan |  |  |  |
| d. Peralatan Kantor |  |  |  |
| e. Alat angkut |  |  |  |
| f. Infrastruktur |  |  |  |
| g. Biaya pra operasi |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

* 1. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Banyaknya | Harga/Unit | Jumlah |
| (1) | (2) | (3 = 1 x 2) |
| a. Bahan Baku |  |  |  |
| b. Persediaan Bahan |  |  |  |
| c. Produk dalam proses |  |  |  |
| d. Piutang |  |  |  |
| e. Uang Kas |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

* 1. Analisa Biaya Tetap

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Banyaknya | Harga/Unit | Jumlah |
| (1) | (3) | (3 = 1 x 2) |
| a. Gaji |  |  |  |
| b. Penyusutan |  |  |  |
| c. Bunga Pinjaman |  |  |  |
| d. Biaya Pemasaran |  |  |  |
| e. Biaya Lainnya |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

* 1. Analisa Biaya Tidak Tetap

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Banyaknya | Harga/Unit | Jumlah |
| (1) | (2) | (3 = 1 x 2) |
| a. Upah |  |  |  |
| b. Biaya Bahan |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

* 1. Proyeksi Aliran Kas Usaha

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Uraian | Tahun | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a. Sumber dana (*in flow*) |  |  |  |  |  |
| b. Penggunaan dana (*out flow*) |  |  |  |  |  |
| c. Arus kas bersih (*net flow* = a – b) |  |  |  |  |  |
| d. Keadaan kas awal |  |  |  |  |  |
| e. Keadaan kas akhir (c + d) |  |  |  |  |  |

6.3. Analisa Kelayakan Usaha

Analisis investasi digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam suatu usaha pada masa yang akan datang. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum implementasi investasi yang sering mempertaruhkan dana yang sangat besar. Dengan melakukan berbagai macam simulasi tersebut, akan diketahui besarnya faktor-faktor resiko yang akan dihadapi, dan yang mempengaruhi layak atau tidaknya suatu rencana investasi. Beberapa metode analisa yang dapat dipergunakan adalah :

**A. Metode Non-Discounted Cash Flow**

*Non-Discounted Cash Flow* adalah metode pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*). Metode yang dipergunakan adalah Pay Back Period (PBP) Method, dengan formula umum sbb:

Total Investasi

Pay Back Period = --------------------------------------- x 1 tahun

Net Income + Depreciation

Metode PBP merupakan alat ukur yang sangat sederhana, mudah dimengerti dan berfungsi sebagai tahapan paling awal bagi penilaian suatu investasi. Model ini umum digunakan untuk pemilihan alter-natif-alternatif usaha yang mempunyai resiko tinggi, karena modal yang telah ditanamkan harus segera dapat diterima kembali secepat mungkin. Kelemahan utama dari metode PBP ini adalah:

* Tidak dapat menganalisa penghasilan usaha setelah modal kembali.
* Tidak mempertimbangkan nilai waktu uang

**B. Metode Discounted Cash Flow**

Discounted Cash Flow adalah metode pengukuran investasi dengan melihat nilai waktu uang (*time value of money*) dalam menghitung tingkat pengembalian modal pada masa yang akan datang.

1. ***Net Present Value (NPV)***

NPV didefinisikan sebagai selisih antara investasi sekarang dengan nilai sekarang (*present value*) dari proyeksi hasil-hasil bersih masa datang yang diharapkan. Dengan demikian, NPV dapat dirumuskan:

NPV = PV of Benefit – PV of Capital Cost atau karena PV = (C / (1+i)n), maka:

C – C

+ Σ

Σ

NPV = ----------- -----------

(1 + i)n (1 + i)n

di mana: i = bunga tiap periode

N = periode (tahun, bulan)

- C = modal (*capital*)

C = hasil bersih (*proceed*)

Kriteria yang dipergunakan dalam penilaian NPV adalah sbb:

1). Jika NPV = 0 (nol), maka hasil investasi (return) usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau dengan kata lain usaha tidak untung maupun rugi (impas).

2). Jika NPV = – (negatif), maka investasi tersebut rugi atau hasilnya (return) di bawah tingkat bunga yang dipakai.

3). Jika NPV = + (positif), maka investasi tersebut mengun-tungkan atau hasilnya (return) melebihi tingkat bunga yang dipakai.

Kelemahan utama dari metode NPV ini adalah bahwa ia tidak menganalisis pemilihan alternatif usaha-usaha dengan jumlah investasi yang berbeda.

1. ***Profitability Index (PI)***

Metode analisa PI sangat mirip dengan analisa NPV, karena kedu-anya menggunakan komponen perhitungan nilai-nilai sekarang (*present value*). Perbedaannya adalah bahwa satuan yang dipakai dalam NPV adalah nilai uang, sedangkan dalam PI adalah indeks. Rumus perhitungan PI adalah sebagai berikut:

PV of Benefit

Profitability Index = ---------------------------

PV of Capital Cost

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI juga mirip dengan NPV, yaitu sebagai berikut:

* Jika PI > 1, maka investasi dikatakan layak
* Jika PI < 1, maka investasi dikatakan tidak layak
* Jika PI = 1, maka investasi dikatakan BEP

1. ***Internal Rate of Return (IRR)***

*Internal Rate of Return* didefinisikan sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang (*present value*) dari investasi de-ngan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Patokan yang dipakai sebagai acuan baik tidaknya IRR biasanya adalah suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibiayai sendiri.

Perhitungan IRR secara manual cukup kompleks, karena harus menggunakan beberapa kali simulasi atau melakukan pola *try and error*. Namun demikian, untuk skenario dua nilai NPV yang telah diketahui sebelumnya, IRR dapat dirumuskan sebagai:

NPV1

|

|

IRR = i1 + (i2 – i1) x ----------------------- x 100%

(NPV1 – NPV2)

di mana: NPV1 harus di atas 0 (NPV1 > 0)

NPV2 harus di bawah 0 (NPV2 < 0)

**6.4. Analisa Keuntungan**

Analisa keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (pene-tapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau set-up harga dan volu-me penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbang-kan kebijaksanaan dari pesaing. Analisa keuntungan ini harus selalu dilakukan dalam atau dengan acuan periode tertentu.

* 1. ***Break Even Point (BEP)***

Analisa BEP atau titik impas atau titik pulang pokok adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume penjualan/produksi. Analisa yang juga dikenal dengan isti-lah CPV (*Cost-Profit-Volume*) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keuntungan minimal yang harus dicapai, di mana pada tingkat terse-but perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Dalam analisa BEP, faktor-faktor biaya dibedakan menjadi:

* **Biaya semi variabel**, yaitu biaya yang akan ikut berubah jum-lahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional. Biaya ini sebagian akan dibe-bankan pada pos biaya tetap, dan sebagian lagi akan dibeban-kan pada pos biaya variabel.
* **Biaya variabel**, adalah biaya yang akan ikut berubah secara pro-porsional dengan perubahan volume penjualan atau produksi.
* **Biaya tetap**, adalah biaya yang tidak akan ikut berubah dengan perubahan volume penjualan atau produksi.

Analisa BEP dihitung dengan formula sebagai berikut:

Biaya Tetap

BEP = --------------------------------------------- x 100%

Hasil Penjualan – Biaya Variabel

atau dapat juga dituliskan sebagai:

Biaya Tetap

BEP = --------------------------------------

|

|

Biaya Variabel

1 – -----------------------

Hasil Penjualan

* 1. ***Kontribusi Margin***

Kontribusi margin adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya variabel. Tujuan utama dari pengukuran kontribusi margin ini adalah analisa penentuan keuntungan maksimum atau kerugian mini-mum. Yang pertama perlu diketahui adalah rasio kontribusi margin, yaitu rasio antara biaya variabel dengan hasil penjualan. Lebih jelasnya, dapat dilihat dari rumusan berikut:

Biaya Variabel

|

|

Rasio kontribusi margin = 1 – ------------------------

Hasil Penjualan

Dengan demikian, rumusan untuk menetapkan penjualan minimal dari keuntungan yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

Biaya Tetap + Laba

Minimal Penjualan = -----------------------------------

|

|

Biaya Variabel

1 – -------------------------

Hasil Penjualan