

d'bESt KLINIK

DENTAL BEAUTY AESTHETIC CLINIC

Elsa Indra Lukmantono

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

el_cha88@rocketmail.com

Abstrak – d'bESt Klinik ini merupakan suatu klinik di bidang kesehatan yang melayani di bidang estetik. Klinik ini mempunyai konsep 'one stop beauty shopping' yang memberikan layanan dimulai dari kesehatan, wajah, gigi, tubuh dan kaki. d'bESt Klinik mempunyai tag line "Your beauty innovator" dimana klinik ini selalu mengedepankan inovasi terbaru yang dapat memaksimalkan kecantikan seseorang". Industri kecantikan yang semakin maju pada negara berkembang sangat menjanjikan dan Indonesia merupakan salah satu dari negara tersebut. Bisnis kecantikan ini menjadi pilihan karena di zaman modern ini, manusia dituntut untuk menjaga penampilannya, oleh karena itu kebutuhan akan terciptanya penampilan yang menarik semakin hari semakin besar. Alasan ini yang menyebabkan d'bESt klinik menyediakan klinik kecantikan yang meliputi perawatan tubuh, kulit, rambut, wajah hingga gigi. Strategi yang digunakan oleh penulis mengacu pada strategi Porter yaitu *product differentiation* yang sesuai dengan tag line dari d'bESt Klinik. Berdasarkan analisis keuangan yang dilakukan oleh penulis bisnis ini dianggap layak untuk dijalankan dengan nilai WACC sebesar 7,97%, IRR 17%, dan *Payback periode* pada 4 tahun 5 bulan.

Kata kunci : klinik gigi, klinik estetik, *product differentiation*.

Abstract - D'Best Clinic is a health clinic serving in the field of esthetics. This clinic has the concept of 'one stop beauty shopping' which starts from the health service, face, teeth, body and legs. D'Best Clinic has the tag line "Your beauty innovator" in which the clinic is always put forward the latest innovations that can maximize one's beauty ". In developed country such as Indonesia, beauty industry very promising. Beauty business is an option because in this modern age, people are required to maintain the appearance, hence the need for the creation of an attractive appearance always increasing everyday. This reasons which led D'Best clinic to provide beauty clinics that include body care, skin, hair and face up to the teeth. The strategy used by the author refers to the strategy of product differentiation Porter is appropriate with the tag line of D'Best Clinic. Based on the financial analysis conducted by the authors of this business is considered feasible to run with the value of WACC of 7.97%, 17% IRR, and payback period at 4 years and 5 months.

Keywords : dental clinic, aesthetic clinic, *product differentiation*

RINGKASAN EKSEKUTIF

d'bEST Klinik ini merupakan suatu klinik di bidang kesehatan yang melayani di bidang estetik. Nama d'bEST Klinik merupakan singkatan dari *dental, beauty, aesthetic* klinik. Klinik ini mempunyai konsep '*one stop beauty shopping*' yang memberikan layanan dimulai dari kesehatan rambut, wajah, gigi, tubuh dan kaki. d'bEST Klinik mempunyai tag line "*Your beauty innovator*" dimana klinik ini selalu mengedepankan inovasi terbaru yang dapat memaksimalkan kecantikan seseorang.". Klinik ini akan bertempat di Jl. IR. Soekarno (merr) Ruko Icon 21 R-33 Surabaya

Berikut ini adalah logo "d'bEST Klinik :



Gambar 1 Logo d'bEST Clinic
Sumber : Internal (2014)

Visi yang dibuat d'bEST Klinik adalah "*Menjadi pilihan utama klinik melalui pengintegrasian jasa estetik dan gigi yang menggunakan teknologi perawatan dan differensiasi layanan*". Sedangkan misi dari d'bEST Klinik adalah "*Sebagai solusi estetika melalui inovasi teknologi perawatan dan layanan yang sepenuh hati guna memperbaiki kualitas hidup*"

ANALISIS BISNIS

Perkembangan industri kecantikan sekarang ini sangat pesat bahkan di negara maju dan berkembang, karena sangat menjanjikan bagi perusahaan. Di Indonesia merupakan salah satu negara berpotensi besar dalam industri kecantikan yang pertumbuhannya hingga tahun 2014 diperkirakan meningkat sebanyak 20%. Dijaman serba digital ini, teknologi terus berkembang dan tidak memiliki batas. Teknologi yang terus menerus berinovasi ini juga terjadi pada bidang kecantikan. Oleh karena itu perawatan kecantikan yang dahulu menggunakan bahan alami, seiring berjalannya waktu dengan kemauan konsumen untuk mendapatkan hasil yang cepat, maka perawatan kecantikan bergeser, dilakukan dengan ilmu medis yaitu ilmu kedokteran dan kedokteran gigi. Upaya untuk menjaga kecantikan dilakukan

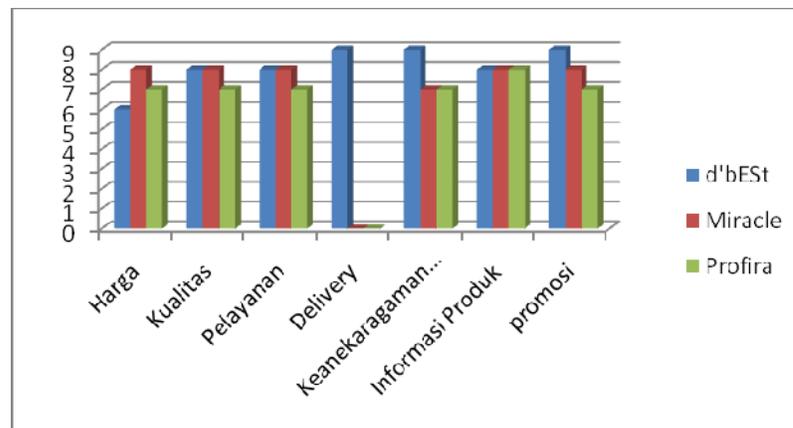
dengan berbagai metode, namun terkadang pengetahuan dan kesempatan untuk memperoleh kecantikan tersebut masih kurang memadai. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, metode untuk menjaga kecantikan tersebut harus dapat dipertanggungjawabkan secara medis dan ilmiah serta hendaknya ditangani oleh ahli kesehatan yang profesional.

Penampilan cantik dan segar tak cukup dari wajah dan mata yang indah, tetapi juga dari kecantikan gigi. Susunan gigi yang rapi dan bersih sangat berpengaruh kepada tampilan secara keseluruhan. Pada era modern ini dengan adanya pola konsumsi makanan yang instant dan lembut membuat gigi dan rahang berevolusi. Bentuk wajah yang tidak sesuai membuat penampilan profil wajah seseorang terlihat tidak cantik lagi atau bahkan keinginan seseorang untuk memiliki wajah yang tirus, telah merubah pola berpikir masyarakat untuk merawat giginya yang diperlukan agar dapat memperbaiki psikososial penderita.

Oleh karena di zaman yang modern ini manusia dituntut untuk menjaga penampilannya. Karena itulah kemudian kebutuhan akan terciptanya penampilan yang menarik semakin hari semakin besar. Alasan inilah yang menyebabkan d'bESt Klinik membuka klinik kecantikan meliputi perawatan wajah, kulit, rambut, tubuh dan gigi.

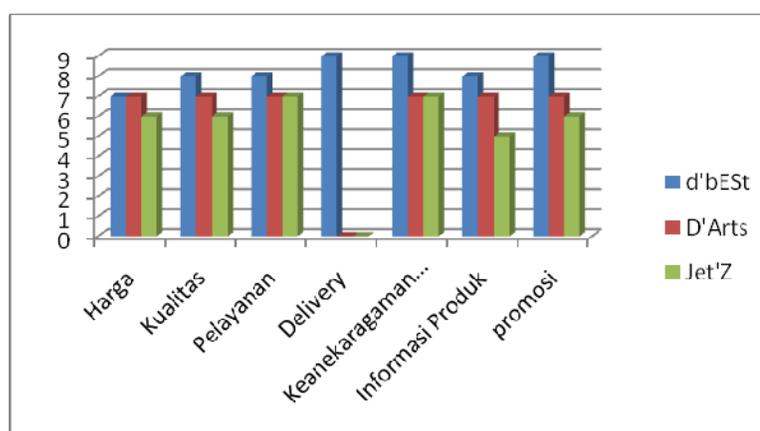
Penentuan strategi awal yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan analisis pesaing untuk mengetahui strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis. Analisis pesaing dilakukan dengan cara mengambil beberapa pesaing secara tidak langsung pada bidang klinik estetik dan klinik gigi. Menganalisisnya dari segi 4P (*price, product, place, dan promotion*) lalu membuat matriks untuk mengetahui posisi pesaing terhadap d'bESt Klinik.

Berikut adalah matriks analisis pesaing pada klinik gigi maupun klinik estetika secara tidak langsung:



Gambar 2. Matriks Analisa Pesaing Klinik Estetik Terhadap d'bESt Klinik

Matriks diatas menggambarkan posisi pesaing dalam bidang estetik terhadap d'bEST Klinik. Dari matriks diatas terlihat bahwa d'bEST Klinik memberikan harga lebih rendah tetapi memberikan kualitas yang sama dengan klinik Miracle tetapi d'bEST Klinik memiliki keunggulan dalam hal promosi dan keanekaragaman produk. Dari hasil *survey*, klinik Miracle dan Profira tidak terdapat layanan *delivery*, yang berarti apabila konsumen ingin melakukan pembelian produk, konsumen tersebut harus datang ke klinik tempat perawatan estetik. Pada klinik estetik d'bEST Klinik memiliki kekuatan yaitu sudah menggunakan benang *ultra v lift thread*, dimana benang ini dibuat di Korea dan merupakan inovasi terbaru untuk membuat wajah lebih tirus, menghilangkan kerutan pada bibir, mata, wajah, hidung dan leher, dan dapat memperbaiki senyuman dengan hasil yang lebih cepat. Produk ini belum digunakan klinik manapun di Surabaya.



Gambar 3. Matriks Analisa Pesaing Klinik Gigi Terhadap d'bEST Klinik

Pada gambar matriks diatas terlihat d'bEST Klinik memberikan harga yang sama dengan d'arts klinik tetapi memiliki kualitas produk yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan d'bEST Klinik sudah menggunakan teknologi yang modern, dengan menggunakan software *dental smile design (DSD)*. *Dental smile design* ini berfungsi untuk memperbaiki senyuman yang dilihat dari berbagai sisi dan dicocokkan dengan wajah seseorang. Teknologi ini merupakan teknologi terbaru dalam bidang estetik gigi. Pada perawatan gigi dengan orthodontik, d'bEST Klinik sudah menggunakan teknologi *invisalign*, dimana pada perawatan ortodontik ini, pasien sudah tidak lagi menggunakan braket tetapi menggunakan *clear aligner* dan teknologi ini bisa dilakukan untuk kondisi gigi tertentu. Pada kelengkapan fasilitas, d'bEST Klinik kalah dibanding dengan klinik gigi D'Arts oleh karena d'bEST Klinik belum memiliki foto rontgen panoramik oleh karena pertimbangan radiasi yang besar dan

keterbatasan tempat. Jadi untuk pelayanan foto rontgen, d'bESt Klinik melakukan kerjasama dengan jasa laboratorium di seluruh wilayah Surabaya.

PERENCANAAN PEMASARAN

Strategi pemasaran yang digunakan pada perencanaan pemasaran adalah STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) dan *marketing mix* (*product, price, place, dan promotion*).

1. Segmentation (Segmentasi Pasar)

Dalam segmentasi pasar ini, d'bESt Klinik mengelompokkan berdasarkan 3 variabel yaitu :

- a) Segmentasi berdasarkan *Geographic* atau lokasi yaitu berfokus pada area Surabaya Timur, yaitu masyarakat Surabaya Timur.
- b) Segmentasi berdasarkan *Demographic* atau usia yaitu mencakup remaja yang sudah sadar akan pentingnya kecantikan yaitu usia mulai 15 tahun sampai dengan usia 59 tahun dengan skala masyarakat menengah ke atas, kelas A pada tabel AC Nielsen.
- c) Segmentasi *Psikographic* yaitu d'bESt Klinik ingin melayani masyarakat yang sudah sadar akan pentingnya kecantikan dimulai dari ujung rambut hingga kaki, memiliki masalah dengan bentuk wajah, ingin merapikan dan merubah bentuk gigi, bermasalah dengan jerawat dan bentuk tubuh, serta menghaluskan kulit.

2. Targeting

Target dari d'bESt Klinik adalah seluruh masyarakat Surabaya yang peduli akan kecantikan wajah, tubuh, kulit, rambut dan gigi usia 15 hingga 59 tahun yang merupakan masyarakat dengan penghasilan menengah keatas, kelas A pada tabel AC Nielsen.

3. Positioning

d'bESt Klinik memiliki sebuah slogan yaitu '*The Beauty Innovator*'. Oleh karena itu d'bESt Klinik berusaha selalu berinovasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal kecantikan secara lengkap dari ujung rambut hingga kaki bahkan sampai dengan kecantikan gigi dengan menggunakan konsep *one stop beauty shopping*.

Selanjutnya, penjelasan *marketing mix strategy* dan *program* d'bESt Klinik akan dipaparkan dibawah ini :

a. Produk

Pada bidang estetik, produk yang diunggulkan oleh d'bESt Klinik adalah penggunaan benang *ultra v lift thread*, dimana benang ini dibuat di Korea dan merupakan inovasi terbaru untuk membuat wajah lebih tirus, menghilangkan kerutan pada bibir, mata, wajah, hidung dan leher, dan dapat memperbaiki senyuman. Benang ini dibuat oleh Dr Kwon Han Jin yang merupakan *dermatologist* dan ahli bedah di Korea. Benang ini digunakan sebagai pengganti botox dan menggunakan bahan benang *polydioxanone* (PDO), dimana bahan ini menunjukkan hasil yang lebih cepat, efektif dan lebih aman. Benang ini merupakan inovasi terbaru dimana pada klinik kecantikan Surabaya belum pernah ada yang memakai.



Gambar 4. V Lift Thread (<http://www.sotmedi.com/mavista/cms/en/Medical-Services/UVL>), diakses tanggal 17 Juni 2014

Produk yang ditawarkan oleh d'bESt Klinik terbagi menjadi 2 macam perawatan yaitu perawatan estetik yang meliputi rambut, wajah, tubuh dan kulit yang menggunakan produk yang berkualitas. Perawatan kedua yang ditawarkan adalah perawatan gigi estetik. Adapun produk yang merupakan kelebihan dari d'bESt Klinik antara lain penggunaan software *Dental smile design* dan *Orthodontic Invisalign* yang merupakan teknologi terbaru dalam perawatan dokter gigi dan belum ada klinik di Surabaya yang memakai produk ini.

Dental smile design ini berfungsi untuk memperbaiki senyuman yang dilihat dari berbagai sisi dan dicocokkan dengan wajah seseorang. Teknologi ini merupakan teknologi terbaru dalam bidang estetik wajah menggunakan *veneers*. *Dental smile design* dan *orthodontic invisalign* juga belum pernah ada yang memakai pada klinik gigi di seluruh Surabaya.



Gambar 5. Software Veneer Dental smile design

Selain menggunakan software *Dental smile design*, pada perawatan gigi dengan ortodontik, d'bESt Klinik sudah menggunakan teknologi *invisalign*, dimana pada perawatan ortodontik ini, pasien sudah tidak lagi menggunakan braket tetapi menggunakan *clear aligner* dan teknologi ini bisa dilakukan untuk kondisi gigi tertentu. Alat ini bisa diindikasikan untuk pasien dengan kelainan gigi berdesakan ringan tetapi tidak ingin terlihat memakai braket. Kelebihan pada d'bESt Klinik adalah konsumen dapat memantau secara langsung pada *website invisalign* tentang kemajuan perawatan dan juga pengiriman *invisalign*, karena d'bESt Klinik sudah menghubungkan antar server antara server *Invisalign* dengan d'bESt Klinik. Berikut adalah gambar ortodontik *invisalign* :



Gambar 6. Ortodontik Invisalign

b. Price

Salah satu kunci untuk memenangkan pasar dalam persaingan bisnis adalah penetapan harga. Selain itu harga juga merupakan suatu cara untuk mengenalkan suatu produk yang baru, selain itu menetapkan harga juga untuk menentukan keuntungan yang diperoleh dalam suatu bisnis. d'bESt Klinik dalam menetapkan harga menggunakan metode *perceived-value pricing*. Hal ini dilakukan dengan memberikan nilai yang dijanjikan sesuai dengan proposisi nilai dan pelanggan harus memahami nilai ini. Dalam hal ini d'bESt Klinik akan memberikan *value* lebih pada pelanggan dengan memberikan inovasi alat dan produk terbaru untuk

mengatasi masalah kecantikan secara keseluruhan baik wajah, tubuh, kulit, dan gigi, oleh karena itu d'bESt Klinik juga akan melakukan penggantian alat tiap 3 tahun sekali. Selain itu d'bESt Klinik akan mendatangkan konsultan dari luar negeri tiap 1 tahun sekali baik dalam bidang kecantikan wajah, kulit, tubuh, rambut maupun gigi sehingga konsumen dengan mudah secara langsung berkomunikasi dengan tenaga profesional dari luar negeri terutama dari negara Korea karena merupakan negara yang memiliki keunggulan di bidang estetika.

Sebelum menetapkan harga jual yang tepat, d'bESt Klinik akan membandingkan harga dengan para pesaingnya.

c. Place

d'bESt Klinik akan berlokasi di Jl. IR. Soekarno (meer) Ruko Icon 21 R-33 yang yaitu ruko 4 lantai dengan memanfaatkan lantai 1 sebagai klinik dokter gigi dan lantai 2 sebagai klinik kecantikan. Sedangkan lantai 3 digunakan untuk sterilisasi alat dan lantai 4 sebagai tempat penyimpanan bahan. Lokasi ruko ini dipilih karena berada di jalan besar, dan merupakan akses ke Surabaya selatan dan utara selain itu memiliki area parkir yang luas dan memiliki lokasi yang tidak jauh dari pusat perbelanjaan. Ruko ini bukan milik pribadi melainkan sewa. Biaya sewa pertahun sebesar Rp 125.000.000,-

d. Promotion

Sarana promosi yang digunakan oleh d'bESt Klinik antara lain sebagai berikut:

a) *Website* dan media sosial

Website d'bESt dental klinik akan berisi tentang profil d'bESt Klinik, sejarah berdirinya, misi dan visi, layanan, fasilitas, testimonial, hasil perawatan, saran, konsultasi *online* dan reservasi *online*. Pada *website* ini, konsumen diberikan user name pribadi dimana konsumen d'bESt Klinik dapat melihat hasil sebelum dan sesudah perawatan, dan riwayat konsultasi dengan dokter yang merawat baik melalui facebook ataupun *black berry messenger*. Reservasi bisa dilakukan secara online sehingga konsumen dapat dengan mudah mengatur jadwal. *Website* ini akan dikelola oleh tenaga *outsourcing* dari internet marketing. Dibawah ini merupakan tampilan tampilan *login* dari *website* d'bESt Klinik



Gambar 7. Halaman Log In Website d'bEST Klinik

Setelah melakukan *login website* d'bEST Klinik, konsumen mendapatkan beberapa menu pilihan, dimulai dari hasil perawatan gigi, estetik, promosi, riwayat konsultasi yang dilakukan secara online baik melalui facebook maupun *black berry messenger*, dan chatting online melalui *website*. Berikut adalah gambaran halaman *website* d'bEST Klinik :



Gambar 8. Menu Pilihan Pada Website d'bEST Klinik

Media Sosial yang digunakan oleh d'bEST Klinik adalah *website*, facebook *pages*, instagram, dan *blackberry messenger*. Ketiga media sosial ini dipilih karena banyak digunakan dan sudah dikenal oleh masyarakat luas terlebih lagi oleh masyarakat Surabaya. Media sosial ini berisi tentang informasi produk terbaru, penawaran khusus, *event*, *progress* perawatan dan testimonial konsumen yang telah menggunakan produk d'bEST Klinik.

Facebook d'bEST Klinik akan berisi tentang *feedback* konsumen, testimonial, hasil perawatan, promo, dan informasi produk untuk menambah pengetahuan konsumen mengenai

produk dan layanan. Instagram akan berisi foto hasil perawatan dari d'bEST Klinik dan promo. *Blackberry messenger* berisi hanya untuk konsumen yang ingin diinvite dan berisi tentang pengingat jadwal perawatan, info kesehatan, info produk, layanan dan fasilitas terbaru yang bisa dinikmati konsumen, selain itu konsumen dapat melakukan reservasi melalui *black berry messenger*. Selain ketiga media sosial diatas, d'bEST Klinik juga melakukan promosi melalui media sosial Line dimana konsumen juga bisa melakukan konsultasi pada media sosial ini.

b) Brosur

Brosur merupakan salah satu media iklan dalam mengenalkan produk yang ditawarkan. d'bEST Klinik merupakan usaha jasa yang baru akan dikenalkan di masyarakat Surabaya. Brosur ini digunakan oleh d'bEST Klinik untuk mengenalkan kepada masyarakat Surabaya sebagai klinik dengan konsep *one stop shopping*.

Brosur d'bEST Klinik dibawah ini merupakan brosur informasi gabungan antara perawatan gigi dan juga wajah. Selain informasi, brosur juga berisi lama hasil perawatan dan alamat dan kontak d'bEST Klinik.

PROFRACTIONALFACE
Is a comfortable aesthetic treatment using capacitive radio frequency technology that is used for improving the overall appearance of your skin, with little downtime which is beneficial to improve skin tone, scars, as well as face and neck laxity.

result
Can already be seen with single treatment. To obtain maximum results, it needs to be done 4-5 times with intervals of 1 month

d'bEST clinic
your beauty innovator

orthodontic
is an aesthetic dental treatment to correct teeth using dental braces which is beneficial to straighten teeth, correct bite problem, close gaps between teeth, align lips and teeth properly to make slimmer face.

result
Orthodontic need periodic treatment and the result can be seen after one until two years treatment, which need patient's cooperativeness
LINE : DBEST

Jl. IR. Soekarno (merr) Ruko Icon 21 R-33 SURABAYA - (031)3819468 - 081803170488 - www.dbestclinic.com - 791636EC

Gambar 9. Brosur Informasi d'bEST Klinik

c) Box Delivery Motor

Box delivery motor ini memiliki dua fungsi yaitu selain fungsinya sebagai alat untuk mengantarkan produk yang dibeli dengan sistem layanan *delivery* ke tangan pelanggan, selain

itu juga berfungsi untuk promosi bagi d'bESt Klinik. *Box* ini akan ditemplei sticker logo d'bESt Klinik serta layanan no telp yang dapat dihubungi.

d) Kartu Nama

d'bESt Klinik membuat kartu nama yang bisa dimanfaatkan untuk membantu keberhasilan bisnis d'bESt Klinik . Berikut adalah gambar kartu nama d'bESt Klinik:



Gambar 10. Kartu Nama d'bESt Klinik

e) Seragam

Seragam ini terbagi dalam 3 jenis yaitu seragam yang dipakai oleh asisten dokter yang berbentuk seperti *scrubs* dimana lebih terlihat steril karena berhubungan langsung dengan pasien, seragam pegawai dan seragam untuk *delivery order*.

Berikut adalah gambar seragam d'bESt Klinik :



Gambar 11. Seragam Resepsionis d'bESt Klinik

Seragam d'bESt Klinik pada bagian resepsionis berbeda dengan asisten dokter. Pada seragam asisten dokter, menggunakan *scrub*



Gambar 12. Seragam Asisten Dokter d'bESt Klinik

f) Pemberian sikat gigi beserta pasta dan sikat lidah pada kunjungan pertama konsumen dokter gigi

Pemberian sikat gigi beserta pasta dan pembersih lidah diberikan bersamaan dengan aturan cara sikat gigi yang benar, jenis sikat yang baik serta waktu yang tepat untuk membersihkan gigi dimana dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran pasien tentang pentingnya menjaga kebersihan mulut, selain itu agar pasien menjaga kesehatan mulutnya secara maksimal dan mencegah terjadinya kerusakan gigi.

g) Books menu menggunakan ipad.

Books menu ini dimaksudkan sebagai informasi pasien, tahapan dan prosedur perawatan yang dilakukan, sehingga pasien lebih paham akan perawatan yang akan diperoleh.

h) Internet marketing

Penggunaan internet marketing dari d'bEST Klinik dimaksudkan agar mempermudah konsumen untuk mengakses informasi dari d'bEST Klinik, mengetahui informasi produk, macam produk, fasilitas dan layanan dari d'bEST Klinik.

i) Info kesehatan beserta hasil perawatan dokter selama perawatan pasien dari televisi di ruang tunggu pasien

Televisi ini berfungsi sebagai hasil perawatan yang dilakukan oleh dokter (sebelum dilakukan perawatan dan sesudah dilakukan perawatan) serta berisi tips – tips menjaga kecantikan, dan beberapa promosi paket perawatan atau informasi suatu event yang akan diadakan oleh d'bEST Klinik.

m) Promo discount dan cicilan di awal pembukaan d'bEST Klinik

d'bEST Klinik akan memberikan discount 20% diawal pada saat pembukaan serta cicilan kartu kredit 0% selama 6 atau 12 bulan. d'bEST Klinik akan mengajak kerjasama bank dalam melakukan promosinya. Selain itu d'bEST Klinik juga memberikan satu kali perawatan facial wajah.

n) Dokter spesialis kulit dari Korea yang tiap tahun datang ke d'bEST Klinik

d'bEST Klinik juga akan memanggil dokter spesialis kulit dari Korea yang datang ke Surabaya, sehingga konsumen d'bEST Klinik dapat berkonsultasi langsung dengan dokter tersebut.

o)Iklan TV

Pada iklan TV, d'bEST Klinik memilih iklan TV pada stasiun SBO dikarenakan target d'bEST Klinik yang merupakan masyarakat Surabaya dan berpenghasilan menengah keatas. Selain itu d'bEST Klinik juga belum membuka cabang pada kota lain. Iklan tv d'bEST Klinik berisi macam perawatan yang ditawarkan dan keunggulan dari d'bEST Klinik.

p) Jadwal antrian yang terstruktur

Pada d'bEST Klinik, antrian pasien dilakukan menggunakan jadwal atau *appointment* yang telah diatur dan disetujui oleh pasien. Pasien harus melakukan reservasi terlebih dahulu. Sehingga pada d'bEST Klinik tidak ada antrian untuk melakukan perawatan.

q) Bekerjasama dengan perusahaan telekomunikasi (Telkomsel, XL dan Indosat)

d'bEST Klinik juga melakukan kerjasama dengan konsumen premier dari telkomsel, xl dan indosat. Dimana pemegang kartu member dari perusahaan telekomunikasi tersebut akan mendapatkan penawaran khusus saat melakukan perawatan.

r) SMS Gateway

Sms gateway ini digunakan oleh d'bEST Klinik untuk melakukan pengingat jadwal kepada konsumen dan juga jam perawatan dikarenakan pada d'bEST Klinik antrian dilakukan

secara appointment. Sms gateway ini berhubungan langsung dengan *website* dan *account* sosial media.

PERENCANAAN OPERASIONAL

d'bESt Klinik akan berlokasi di Jl. IR. Soekarno (merr) Ruko Icon 21 R-33 Surabaya yaitu ruko 4 lantai dengan memanfaatkan lantai 1 sebagai klinik dokter gigi, lantai 2 sebagai klinik kecantikan, lantai 3 sebagai tempat sterilisasi alat dan lantai 4 adalah sebagai tempat penyimpanan bahan. Pada klinik kecantikan d'bESt terdapat 2 ruangan. Ruangan pertama merupakan ruangan perawatan pendahuluan yang berisi perawatan sederhana yang selanjutnya pasien akan berpindah ke ruangan sebelahnya untuk dilakukan *treatment* khusus. Tujuan dari adanya ruangan perawatan pendahuluan adalah agar *privacy* pasien tetap terjaga.

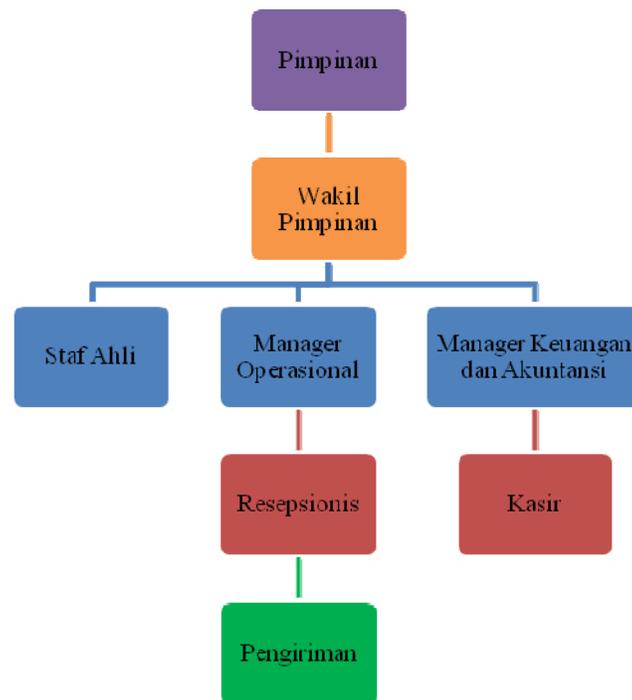
Ruko ini bukan merupakan milik pribadi tetapi sewa dengan biaya Rp 125.000.000,- per tahun. Ruko ini terletak di kawasan perbelanjaan dan merupakan tempat tinggal dari masyarakat menengah ke atas juga merupakan daerah perumahan elite pada wilayah Surabaya Timur. Selain itu untuk mendapatkan *brand image* sebagai klinik estetik yang profesional, d'bESt Klinik akan menyewa jasa desain interior.

PERENCANAAN ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

d'bESt Klinik merupakan badan usaha dan modal yang digunakan berasal dari milik pribadi. Dengan adanya budget yang diperkirakan, diharapkan dana pribadi bisa memenuhi kinerja dari d'bESt Klinik.

Tim manajemen d'bESt Klinik terdiri dari *President director*, *General Manager* yaitu pemilik dari d'bESt Klinik. Pemilik juga merangkap sebagai bagian operasional (*Chief Operation Officer*), manajer operasional dan manajer keuangan, dan staff ahli.

Struktur organisasi d'bEST Klinik merupakan struktur fungsional, dimana dalam struktur fungsional ini, tugas dilakukan dengan cara dikelompokkan berdasarkan tugas dan fungsi bisnisnya (David, 2013). Berikut adalah struktur organisasi d'bEST Klinik



Gambar 13. Struktur Organisasi d'bEST Klinik

PERENCANAAN KEUANGAN

Asumsi dasar dalam perhitungan perencanaan keuangan d'bEST Klinik menggunakan data asumsi yang ada pada tabel berikut

Tabel 1. Tabel Asumsi Dasar d'bEST Klinik

Asumsi Dasar	Nilai	Sumber
Laju inflasi	7,61%	www.bi.go.id
Laju kenaikan biaya perlengkapan dan peralatan, biaya marketing, telepon dan internet, dan bensin	7,79%	www.bi.go.id
Kenaikan penjualan per tahun	0,63%+2%	Internal
Kenaikan sediaan per tahun	5%	Internal
Jumlah hari kerja setahun	264 hari	Internal
Kenaikan biaya listrik per tahun	15%	www.pln.co.id

Setelah dilakukan perhitungan proyeksi pendapatan selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2019, yang selanjutnya dilakukan adalah menghitung *Total Project Cost (TPC)* dari d'bEST Klinik terlihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Total Project Cost (TPC) d'bEST Klinik

Project Cost	Nilai Biaya (Rupiah)	Amortisasi per Tahun (Rupiah)	Penyusutan per Tahun (Rupiah)
Bangunan	-		
Kendaraan	15.000.000		1.875.000
Perabot	224.308.000		56.077.000
Peralatan Medis	223.687.000		55.921.750
Peralatan Non Medis	104.379.000		26.094.750
Working Capital			
Kas di tangan	91.416.000		
Kas di bank	50.000.000		
Persediaan	551.620.000		
Sewa Dibayar Dimuka	125.000.000		
Venture Initiation			
Beban Pra-Operasional (Net)	16.210.000	4.052.500	
TOTAL	1.401.620.000	4.052.500	139.968.500

. Sumber : Internal

Setelah penentuan TPC d'bEST Klinik, dilakukan pembuatan neraca Christine baby shop. Berdasarkan penjelasan diawal makalah ini, dana yang digunakan untuk pendirian usaha ini diperoleh dari modal pribadi. Posisi awal neraca d'bEST Klinik terlihat pada tabel dibawah ini

**Tabel 3. Neraca Awal d'bEST Klinik
D'Best Klinik
Neraca
Per 01 Januari 2015**

ASET			KEWAJIBAN DAN EKUITAS		
ASET LANCAR			KEWAJIBAN LANCAR		
Kas Ditangan	Rp	91.416.000	Hutang Usaha	Rp	551.620.000
Kas Di Bank	Rp	50.000.000			
Piutang	Rp	-			
Persediaan	Rp	551.620.000			
Sewa Dibayar Dimuka	Rp	125.000.000			
Jumlah Aset Lancar	Rp	818.036.000			

ASET TETAP		EKUITAS	
Bangunan	Rp -	Modal	Rp 850.000.000
Kendaraan	Rp 15.000.000	Saldo Laba (Rugi) Ditahan	Rp -
Perabot	Rp 224.308.000	Saldo Laba (Rugi) Tahun Berjalan	Rp -
Peralatan Medis	Rp 223.687.000	Jumlah Ekuitas	Rp 850.000.000
Peralatan Non Medis	Rp 104.379.000		
Akumulasi Penyusutan	Rp -		
Jumlah Aset Tetap	Rp 567.374.000		
ASET LAIN			
Beban Pra-Operasional (Net)	Rp 16.210.000		
JUMLAH ASET	Rp 1.401.620.000	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 1.401.620.000

Sumber : Internal

Dalam melakukan suatu perencanaan bisnis dibutuhkan adanya proyeksi laporan keuangan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan tersebut. Dalam laporan keuangan terdapat tiga laporan, yaitu laporan laba-rugi, laporan arus kas, dan neraca keuangan. Berikut pemaparan laporan keuangan d'bEST Klinik shop pada kondisi normal.

Tabel 4. Tabel Proyeksi Neraca d'bEST Klinik (dalam Rupiah) kondisi normal

AC	KETERANGAN	01-Jan-15		31-Dec-15		31-Dec-16		31-Dec-17		31-Dec-18		31-Dec-19	
		Awal		Awal		Normal		Normal		Normal		Normal	
		Debet	Kredit	Debet	Kredit	Debet	Kredit	Debet	Kredit	Debet	Kredit	Debet	Kredit
	Aktiva Lancar												
	Kas di Tangan												
100	Kas	91,416,000	-	38,484,949	-	107,668,885	-	134,094,344	-	67,071,324	-	143,456,935	-
	Kas di Bank												
110	BCA	50,000,000	-	69,400,000	-	120,000,000	-	132,000,000	-	104,812,000	-	175,000,000	-
111	BNI	-	-	140,000,000	-	79,092,331	-	137,264,000	-	59,251,556	-	192,881,850	-
112	Mandiri	-	-	-	-	127,500,000	-	140,300,000	-	111,853,050	-	152,700,000	-
113	BII	-	-	-	-	25,000,000	-	115,000,000	-	117,300,000	-	127,075,968	-
	Deposito												
120	BCA	-	-	50,000,000	-	150,000,000	-	300,000,000	-	400,000,000	-	700,000,000	-
	Piutang												
130	Piutang EDC BCA	-	-	30,000,000	-	42,000,000	-	58,800,000	-	82,320,000	-	115,248,000	-
131	Piutang EDC BNI	-	-	15,000,000	-	21,000,000	-	29,400,000	-	41,160,000	-	57,624,000	-
132	Piutang EDC Mandiri	-	-	25,000,000	-	35,000,000	-	49,000,000	-	68,600,000	-	96,040,000	-
133	Piutang EDC BII	-	-	20,000,000	-	28,000,000	-	39,200,000	-	54,880,000	-	76,832,000	-
	Persediaan												
140	Persediaan Medis Klinik Gigi	214,320,000	-	267,900,000	-	308,085,000	-	323,489,250	-	546,133,498	-	370,362,842	-
141	Persediaan Medis Klinik Aestetik	337,300,000	-	421,625,000	-	484,868,750	-	509,112,188	-	644,750,041	-	582,882,543	-
	Aktiva Tetap												
140	Bangunan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
141	Kendaraan	15,000,000	-	15,000,000	-	15,000,000	-	15,000,000	-	15,000,000	-	15,000,000	-
142	Perabot	224,308,000	-	224,308,000	-	224,308,000	-	224,308,000	-	224,308,000	-	224,308,000	-
143	Peralatan Medis	223,687,000	-	223,687,000	-	329,687,000	-	399,687,000	-	494,687,000	-	523,587,000	-
144	Peralatan Non Medis	104,379,000	-	104,379,000	-	329,847,000	-	329,847,000	-	329,847,000	-	329,847,000	-
	Akumulasi Penyusutan												
150	Akumulasi Penyusutan Bangunan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
151	Akumulasi Penyusutan Kendaraan	-	-	-	1,875,000	-	3,750,000	-	5,625,000	-	7,500,000	-	-
152	Akumulasi Penyusutan Perabot	-	-	-	56,077,000	-	112,154,000	-	168,231,000	-	224,308,000	-	-
153	Akumulasi Penyusutan Peralatan Medis	-	-	-	55,921,750	-	138,343,500	-	238,265,250	-	361,937,000	-	-
154	Akumulasi Penyusutan Peralatan Non Medis	-	-	-	26,094,750	-	108,556,500	-	191,018,250	-	273,480,000	-	-
	Aset Lain												
160	Beban Pra Operasional	16,210,000	-	16,210,000	-	16,210,000	-	16,210,000	-	16,210,000	-	16,210,000	-
161	Akumulasi Depresiasi "Beban Pra Operasional"	-	-	-	4,052,500	-	8,105,000	-	12,157,500	-	16,210,000	-	-
163	Sewa Gedung Dibayar Dimuka	125,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	Kewajiban												
	Utang Jk Pendek												
200	Tiupan Member	-	-	-	3,000,000	-	35,000,000	-	45,000,000	-	55,000,000	-	-
201	Hutang PPh 21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
202	Hutang PPh 23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
203	Hutang PPh Ps 4 Ay 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
204	Hutang Honorarium Dokter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
205	Hutang Usaha	-	551,620,000	-	2,000,000	-	66,079,479	-	35,000,000	-	24,000,000	-	-
	Modal												
300	Modal Pemilik	-	850,000,000	-	850,000,000	-	850,000,000	-	850,000,000	-	850,000,000	-	-
301	SHU tahun sebelumnya	-	-	-	-	-	330,986,474	-	726,132,480	-	1,066,773,631	-	-
302	SHU tahun berjalan	-	-	-	330,986,474	-	395,146,006	-	340,641,150	-	249,487,419	-	-
	Pendapatan												
410	Pendapatan Tindakan Gigi	-	-	-	1,905,150,000	-	1,394,610,000	-	1,489,781,700	-	1,591,552,500	-	-
411	Pendapatan Tindakan Orthodonti	-	-	-	2,134,550,000	-	2,316,352,500	-	2,511,000,900	-	2,719,322,300	-	-
412	Pendapatan Produk Gigi	-	-	-	13,970,000	-	14,954,625	-	16,010,000	-	17,133,900	-	-
413	Pendapatan Tindakan Aesthetik	-	-	-	1,135,750,000	-	1,214,325,000	-	1,297,963,200	-	1,386,873,100	-	-
414	Pendapatan Produk Aesthetik	-	-	-	52,800,000	-	57,120,000	-	61,747,000	-	66,686,400	-	-
	Beban												
500	Beban Pokok Penjualan	-	-	-	2,265,532,500	-	2,437,375,500	-	2,620,792,800	-	2,816,553,800	-	3,025,868,500
501	Beban Gaji	-	-	-	806,788,000	-	961,806,874	-	1,141,724,104	-	1,354,139,678	-	1,574,960,259
502	Beban Astek	-	-	-	32,003,520	-	37,989,312	-	45,027,792	-	53,333,172	-	61,938,444
503	Beban Honorarium	-	-	-	336,600,000	-	345,650,000	-	354,700,000	-	363,850,000	-	373,300,000
504	Beban Listrik	-	-	-	59,796,000	-	76,104,000	-	97,848,000	-	125,028,000	-	157,644,000
505	Beban Air	-	-	-	660,000	-	726,000	-	799,200	-	879,600	-	967,200
506	Beban Telepon dan Internet	-	-	-	10,308,000	-	11,338,800	-	12,472,800	-	13,719,600	-	15,091,200
507	Beban Marketing	-	-	-	442,695,746	-	299,630,436	-	313,719,102	-	328,946,073	-	345,421,016
508	Beban Penyusutan Aktiva Tetap	-	-	-	139,968,500	-	222,835,500	-	240,335,500	-	264,085,500	-	133,217,000
509	Beban Amortisasi Pra Operasional	-	-	-	4,052,500	-	4,052,500	-	4,052,500	-	4,052,500	-	-
510	Biaya Sewa Gedung	-	-	-	125,000,000	-	125,000,000	-	125,000,000	-	125,000,000	-	125,000,000
511	Biaya Supplies Kantor	-	-	-	300,000	-	330,000	-	363,000	-	399,000	-	439,000
512	Biaya Pemeliharaan	-	-	-	250,000	-	275,000	-	303,000	-	333,000	-	366,000
513	Biaya Spare Part dan Material	-	-	-	1,000,000	-	1,100,000	-	1,210,000	-	1,331,000	-	1,464,000
514	Biaya Bahan Bakar	-	-	-	468,000	-	515,000	-	567,000	-	624,000	-	686,000
515	Biaya Surat Kabar dan Majalah	-	-	-	200,000	-	220,000	-	242,000	-	266,000	-	293,000
516	Biaya Iuran	-	-	-	200,000	-	220,000	-	242,000	-	266,000	-	293,000
517	Biaya Adm Bank	-	-	-	37,287,760	-	40,143,897	-	43,194,022	-	46,452,546	-	49,939,192
518	Biaya Perlengkapan Kantor	-	-	-	15,983,000	-	17,581,300	-	19,339,430	-	21,273,373	-	23,400,710
519	Biaya Perlengkapan Medis	-	-	-	8,900,000	-	9,790,000	-	10,769,000	-	11,845,900	-	13,030,490
520	Biaya Perlengkapan Non Medis	-	-	-	27,540,000	-	22,524,000	-	24,776,400	-	27,254,040	-	29,979,444
	Pendapatan / Beban Lain-Lain												
600	Bunga Bank	-	-	-	3,500,000	-	4,592,000	-	4,816,000	-	5,152,000	-	-
601	Bunga Deposito	-	-	-	2,800,000	-	8,400,000	-	16,800,000	-	22,400,000	-	-
	TOTAL	1,401,620,000	1,401,620,000	5,978,527,474	5,978,527,474	7,058,475,084	7,058,475,084	8,010,189,431	8,010,189,431	8,937,816,249	8,937,816,249	9,832,354,595	

Tabel 5. Tabel Proyeksi Laporan Laba (Rugi) d'bESt Klinik (dalam Rupiah) kondisi normal

Acc	Keterangan	Th 2015	Th 2016	Th 2017	Th 2018	Th 2019
			Normal	Normal	Normal	Normal
	Pendapatan					
410	Tindakan Gigi	1,305,150,000	1,394,610,000	1,489,781,700	1,591,552,500	1,699,745,500
411	Tindakan Orthodonti	2,134,550,000	2,316,352,500	2,511,000,900	2,719,322,300	2,942,197,500
412	Produk Gigi	13,970,000	14,954,625	16,010,000	17,133,900	18,327,300
413	Tindakan Aestetik	1,135,750,000	1,214,325,000	1,297,963,200	1,386,873,100	1,482,663,700
414	Produk Aestetik	52,800,000	57,120,000	61,747,000	66,686,400	71,965,000
	Total Pendapatan Operasional	4,642,220,000	4,997,362,125	5,376,502,800	5,781,568,200	6,214,899,000
500	Beban Pokok Penjualan	2,265,532,500	2,437,375,500	2,620,792,800	2,816,553,800	3,025,868,500
	Laba Kotor	2,376,687,500	2,559,986,625	2,755,710,000	2,965,014,400	3,189,030,500
	Beban Kepegawaian					
501	Beban Gaji	808,788,000	961,806,874	1,141,724,104	1,354,139,678	1,574,960,259
502	Beban Astek	32,003,520	37,989,312	45,027,792	53,333,172	61,938,444
503	Beban Honorarium Dokter	336,600,000	345,650,000	354,700,000	363,850,000	373,300,000
	Sub Total Biaya Kepegawaian	1,177,391,520	1,345,446,186	1,541,451,896	1,771,322,850	2,010,198,703
	Beban Listrik, Air, dan Telepon					
504	Beban Listrik	59,796,000	76,104,000	97,848,000	125,028,000	157,644,000
505	Beban Air	660,000	726,000	799,200	879,600	967,200
506	Beban Telepon dan Internet	10,308,000	11,338,800	12,472,800	13,719,600	15,091,200
	Sub Total Beban Listrik, Air, dan Telepon	70,764,000	88,168,800	111,120,000	139,627,200	173,702,400

	Beban Marketing					
507	Beban Marketing	442,695,746	299,630,436	313,719,102	328,946,073	345,421,016
	Beban Penyusutan					
508	Beban Penyusutan Aktiva Tetap	139,968,500	222,835,500	240,335,500	264,085,500	133,217,000
	Beban Penyusutan					
509	Beban Amortisasi Pra Operasional	4,052,500	4,052,500	4,052,500	4,052,500	-
	Beban Umum dan Administrasi					
510	Biaya Sewa Gedung	125,000,000	125,000,000	125,000,000	125,000,000	125,000,000
511	Biaya Supplies Kantor	300,000	330,000	363,000	399,000	439,000
512	Biaya Pemeliharaan	250,000	275,000	303,000	333,000	366,000
513	Biaya Spare Part dan Material	1,000,000	1,100,000	1,210,000	1,331,000	1,464,000
514	Biaya Bahan Bakar	468,000	515,000	567,000	624,000	686,000
515	Biaya Surat Kabar dan Majalah	200,000	220,000	242,000	266,000	293,000
516	Biaya Iuran	200,000	220,000	242,000	266,000	293,000
517	Biaya Adm Bank	37,287,760	40,143,897	43,194,022	46,452,546	49,939,192
518	Biaya Perlengkapan Kantor	15,983,000	17,581,300	19,339,430	21,273,373	23,400,710
519	Biaya Perlengkapan Medis	8,900,000	9,790,000	10,769,000	11,845,900	13,030,490
520	Biaya Perlengkapan Non Medis	27,540,000	22,524,000	24,776,400	27,254,040	29,979,444
	Sub Total Beban Umum dan Administrasi	217,128,760	217,699,197	226,005,852	235,044,859	244,890,836
	Total Biaya Operasional	2,052,001,026	2,177,832,619	2,436,684,850	2,743,078,981	2,907,429,955
	Laba Bersih Sebelum Pajak Dan Bunga	324,686,474	382,154,006	319,025,150	221,935,419	281,600,545

600	Bunga Bank	3,500,000	4,592,000	4,816,000	5,152,000	5,376,000
601	Bunga Deposito	2,800,000	8,400,000	16,800,000	22,400,000	39,200,000
	Laba Bersih Sebelum Pajak	330,986,474	395,146,006	340,641,150	249,487,419	326,176,545
	PPH Terhutang	46,165,250	62,205,250	48,579,000	28,474,300	44,962,750
	Laba Bersih Setelah Pajak	284,821,224	332,940,756	292,062,150	221,013,119	281,213,795

PTKP (K/0)

- WP Pribadi	24,300,000	24,300,000	24,300,000	24,300,000	24,300,000
- WP Kawin	2,025,000	2,025,000	2,025,000	2,025,000	2,025,000
Total PTKP	26,325,000	26,325,000	26,325,000	26,325,000	26,325,000

PKP

(Laba Bersih Sebelum Pajak - PTKP)	304,661,474	368,821,006	314,316,150	223,162,419	299,851,545
-------------------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

PPH Terhutang

	46,165,250	62,205,250	48,579,000	28,474,300	44,962,750
- 0 - 50 Juta = 5%	2,500,000				
- 50 Juta - 250 Juta = 15%	30,000,000				
- 250 Juta - 500 Juta = 25%	13,665,369				
- > 500 Juta = 30%					

Total	46,165,369				
--------------	-------------------	--	--	--	--

Tabel 6. Tabel Proyeksi Arus Kas d'bESt Klinik (dalam Rupiah) kondisi normal

KETERANGAN	31-Dec-15	31-Dec-16 Normal	31-Dec-17 Normal	31-Dec-18 Normal	31-Dec-19 Normal
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp
Arus Kas dari Aktivitas Operasi					
Laba (Rugi) bersih sebelum pajak	330,986,474.40	395,146,005.83	340,641,150.49	249,487,418.71	326,176,545.14
Penyesuaian					
Penyusutan Aktiva Tetap	139,968,500.00	222,835,500.00	240,335,500.00	264,085,500.00	133,217,000.00
Amortisasi Aktiva Lain-Lain	4,052,500.00	4,052,500.00	4,052,500.00	4,052,500.00	(16,210,000.00)
Perubahan dalam Modal Kerja					
Penurunan (Peningkatan) pada Aktiva Lancar					
Piutang EDC	(90,000,000.00)	(36,000,000.00)	(50,400,000.00)	(70,560,000.00)	(98,784,000.00)
Persediaan Farmasi & Logistik	(137,905,000.00)	(103,428,750.00)	(39,647,687.50)	(358,282,100.63)	237,638,152.33
Sewa Gedung Dibayar Dimuka	125,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Peningkatan (Penurunan) pada Kewajiban Jangka Pendek					
Titipan Member	3,000,000.00	32,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
Hutang Usaha	(549,620,000.00)	64,079,479.17	(31,079,479.17)	(11,000,000.00)	(9,000,000.00)
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Operasi	(174,517,525.60)	578,684,735.00	473,901,983.82	87,783,318.08	583,037,697.47
Arus Kas dari Aktivitas Investasi					
Penjualan Aktiva Tetap	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pembelian Aktiva Tetap	0.00	(331,468,000.00)	(70,000,000.00)	(95,000,000.00)	(28,900,000.00)
Penjualan Aktiva Lain	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pembelian Aktiva Lain	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Investasi	0.00	(331,468,000.00)	(70,000,000.00)	(95,000,000.00)	(28,900,000.00)
Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan					
Peningkatan / (Penurunan) Modal	0.00	64,159,531.43	(54,504,855.34)	(91,153,731.79)	76,689,126.43
Peningkatan / (Penurunan) Modal - Koreksi Laba Rugi Ditahan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Tambahan Hutang Jangka Panjang Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Tambahan Hutang Jangka Pendek Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pembayaran Cicilan Hutang Jangka Panjang Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pembayaran Bunga	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Pembayaran Dividen	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Pendanaan	0.00	64,159,531.43	(54,504,855.34)	(91,153,731.79)	76,689,126.43
Jumlah Kas Bersih	156,468,948.80	311,376,266.43	349,397,128.48	(98,370,413.71)	630,826,823.90
Kas Pada Awal Periode	141,416,000.00	297,884,948.80	609,261,215.23	958,658,343.71	860,287,930.01
Kas Pada Akhir Periode	297,884,948.80	609,261,215.23	958,658,343.71	860,287,930.01	1,491,114,753.91
	297,884,948.80	609,261,215.23	958,658,343.71	860,287,930.01	1,491,114,753.91
	0.00	(0.00)	0.00	0.00	0.00

Nilai penghitungan WACC d'bESt Klinik sebesar 7,97% mendapatkan penghitungan NPV sebagai berikut

Tabel 7. Perhitungan NPV d'bESt Klinik Dalam Kondisi Normal

NPV - Kondisi Normal				
			7,97%	WACC
Tahun Ke-	Tahun	Cash Flow	Faktor Diskonto	Net Cash Flow
-	01-Jan-15	(850.000.000)	1,00	(850.000.000)
1	2015	156.468.949	0,93	144.921.540
2	2016	311.376.266	0,86	267.098.561
3	2017	349.397.128	0,79	277.561.079
4	2018	(98.370.414)	0,74	(72.380.950)
5	2019	630.826.824	0,68	429.845.398
Nilai sisa		92.300.000	0,68	62.893.220
NPV				259.938.848

Sumber : Internal

Berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa bisnis d'bESt Klinik memiliki kelayakan karena nilai NPV pada tahun ke-5 menghasilkan nilai yang positif. Selain nilai NPV, diperhitungkan juga nilai IRR dan *payback period* pada tahun ke-5. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Pehitungan IRR dan PP d'bESt Klinik Dalam Kondisi Normal

Payback Periode Kondisi Normal					
			7,97%		
Tahun Ke-	Tahun	Cash Flow	PVIF 7,97%	PV CF	Kum PV CF
-	01-Jan-15	(850.000.000)	1	(850.000.000)	(850.000.000)
1	2015	156.468.949	0,9262	144.921.540	(705.078.460)
2	2016	311.376.266	0,8578	267.098.561	(437.979.898)
3	2017	349.397.128	0,7944	277.561.079	(160.418.819)
4	2018	(98.370.414)	0,7358	(72.380.950)	(232.799.770)
5	2019	630.826.824	0,6814	429.845.398	197.045.628
Nilai Sisa Aktiva Tetap Di Akhir Project		92.300.000	0,6814	62.893.220	259.938.848
DPP					(20)
Payback Period		4 Tahun 5 Bulan			
IRR		17%			accepted

Sumber : Internal

KESIMPULAN DAN SARAN

Karya ilmiah berbentuk business plan diharapkan dapat membantu pemilik untuk melakukan evaluasi kelayakan terkait bisnis d'bESt klinik di kota Surabaya agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Pada *Business Plan* ini turut dibahas mengenai aspek pemasaran, operasional dan sumber daya manusia. Strategi yang dipilih untuk digunakan adalah *differentiation* yaitu dengan cara melakukan deferensiasi layanan dan *product innovator* dimana d'bESt klinik selalu memakai produk dengan teknologi terkini dan memberikan layanan personal pada tiap konsumennya.

Dari hasil perhitungan perencanaan keuangan dengan menggunakan *software excel 2007*, menunjukkan hasil yang cukup bagus. Modal awal sebesar Rp 850.000.000,- dengan menggunakan WACC sebesar 7,97%, periode perhitungan selama lima tahun, diperoleh rata-rata periode pengembalian selama 4 tahun dan tingkat pengembalian sebesar 15% per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan dan mempunyai masa depan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Surabaya. 2013. Statistik Daerah Kota Surabaya 2013. http://surabayakota.bps.go.id/?hal=publikasi_detil&id=5, diakses 18 Juni 2014.
- <http://artikeltentangkesehatan.com/kecantikan-gigi.html>, diakses tanggal 17 Juni 2014
- <http://idadaii.blogspot.com/2012/11/perempuan-dan-belunggu-kebutuhan-akan.html>, diakses tanggal 17 Juni 2014.
- <http://indonesianconsume.blogspot.com/2013/03/indonesia-pasar-potensial-bagi-industri.html>, diakses tanggal 29 Juni 2014
- <http://industri.kontan.co.id/news/pasar-kosmetik-nasional-naik-15-di-2014>, diakses 17 Juni 2014.
- <http://theclinicindonesia.com/pendahuluan-theclinic/>, diakses tanggal 17 Juni 2014
- <http://tiarasarastika.blogspot.com/2012/12/industrikosmetik-latarbelakang-industri.html>, diakses tanggal 17 Juni 2014
- <http://www.astamediaigroup.com/blog/ini-dia-3-inovasi-seru-teknologi-kecantikan.html>, diakses tanggal 17 Juni 2014
- <http://www.beritasatu.com/ekonomi/145046-pasar-industri-kosmetika-indonesia-terus-bertumbuh.html>,diakses tanggal 17 Juni 2014.

- <http://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>, diakses 14 Agustus 2014
- <http://www.bi.go.id/id/moneter/suku-bunga-penjaminan/Contents/Default.aspx>, diakses 14 Agustus 2014
- http://www.bps.go.id/brs_file/inflasi_03feb14.pdf, diakses 14 Agustus 2014
- Niven, Paul R. 2008. “ *Second Edition Balanced Scorecard Step by Step for Government and Nonprofit Agencies*”.
- Porter, Michael E. 1998.” *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*”. New York.
- www.administrasibisnis.studentjournal.ab.ac.id, diakses 14 Agustus 2014
- www.bca.co.id/id/kurs-sukubunga/suku-bunga/suku-bunga_landing.jsp, diakses 14 Agustus 2014