

BUSINESS PLAN : MY PIE

Femi Clara Disa

Magister Akuntansi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

missycidz@hotmail.com

Abstrak - My Pie adalah badan usaha yang bergerak di bidang kuliner dan spesialis kue pie. My Pie berbentuk Usaha Dagang (UD) yang berlokasi di rumah pribadi pemilik dengan sistem penjualan *online* mengingat adanya tren masyarakat di kota besar khususnya di Surabaya yang memiliki gaya hidup instan. Dengan adanya perubahan gaya hidup yang demikian maka My Pie dituntut untuk dapat memberikan suatu layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. My Pie menawarkan produk kue pie dengan inovasi baru yaitu inovasi terhadap topping kue pie yang tidak ada sebelumnya, seperti yang kita tahu bahwa kue pie identik dengan *fruit pie* ataupun *apple pie*. Dengan variasi topping yang beraneka ragam, rasa yang terjamin serta dibuat dari bahan baku yang berkualitas maka My Pie telah mempunyai *competitive basis*, yang merupakan salah satu strategi SEVOR yang akan digunakan. My Pie juga telah memiliki strategi yang dirancang yang sejalan dengan Visi dan Misinya. Dana yang dibutuhkan My Pie untuk mendirikan usaha adalah sebesar 100.000.000 yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan selama satu tahun. Modal yang digunakan merupakan modal pribadi pemilik. WACC yang diperoleh sebesar 12,02% sehingga menghasilkan NPV sebesar Rp. 1,059,066,406 dan IRR sebesar 183% serta PP selama 0 tahun 7 bulan 12 hari pada kondisi normal.

Kata Kunci: Perencanaan bisnis, kue pie, studi kelayakan, strategi SEVOR

Abstract - My Pie is a business entity engaged in the culinary field and pie specialist . My Pie is a shaped Trade Enterprise (UD) that located in owner private home with an online sales system in light of the trend of people in big cities, especially in Surabaya that has instant lifestyle. With the changing lifestyle so then My Pie is required to be able to provide a service that can meet the needs of consumers. My Pie offers products with new innovations that push the boundaries for pie toppings that did not exist before, as we know; that pie identic with fruit pie or apple pie. My pie provide with the diverse variety of topping , guaranteed taste and made from high quality raw materials, it has a competitive basis, which is of the SEVOR strategies that will be use. My Pie also has designed a strategy that is in line with its vision and mission. The amount that My Pie needed to set up the business is 100.000.000that will be use for operations of the company for one year. The Capital account is an owner private capital. The WACC obtained 12.02%, this yielding the NPV as much as Rp. 1,059,066,406 and the IRR as much as 183% and PP for 0 years 7 months 12 days in normal conditions.

Keywords: *business plan, pie, feasibility studies, SEVOR strategy*

RINGKASAN EKSEKUTIF

My Pie berawal dari hobby pemilik yang suka memasak dan suka dengan kue Pie maka pemilik berkeinginan untuk membuka bisnis makanan yaitu My Pie. My Pie adalah badan usaha yang berbentuk Usaha Dagang (UD) yang berlokasi di rumah pribadi pemilik dengan sistem penjualan *online* mengingat adanya tren masyarakat di kota besar khususnya di Surabaya yang memiliki gaya hidup instan. Secara garis besar, perusahaan ini merupakan perusahaan kue pie dengan berbagai variasi topping yang belum ada sebelumnya, yaitu kue Pie dengan isi *beef*, sosis, keju, coklat, blueberry, strawberry, lemon, jeruk nipis dan juga dapat memberikan ruang untuk para konsumen berkreasi sesuai dengan isi yang mereka inginkan tetapi dengan kulit dasar Pie yang sama.

Pembuatan logo My Pie didasari dari konsep pie yang berbahan dasar tepung terigu yang kering dengan warna kecoklatan, dengan *tag line* Home Made Pie Surabaya yang dibuat di rumah dengan asap beraroma yang sangat berciri khas sebagai *background* yang menyajikan rasa terbaik dengan menggunakan peralatan masak rumahan yang akan diterima oleh masyarakat Surabaya sebagai ciri khas oleh oleh dari Surabaya.



Gambar 1 Logo My Pie

My Pie memiliki visi ***“Menjadi home made kue pie yang menjadi pilihan utama yang bercita rasa tinggi di Surabaya”*** sesuai dengan visi yang dimiliki, My Pie berkeinginan untuk menjadi *home made* kue pie yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena kualitas produk yang diberikan serta dengan pelayanan yang sangat profesional yang dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat khususnya di Surabaya. Misi menurut David (2013) merupakan pernyataan mengenai alasan dasar keberadaan organisasi atau penjelasan mengenai bagaimana visi akan diwujudkan. Dengan adanya misi perusahaan dapat lebih mengetahui tindakan apa saja yang harus dilakukan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Berikut ini adalah misi yang ingin dicapai oleh My Pie:

1. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menyajikan kue yang bercita rasa tinggi dan pelayanan yang terbaik.
2. Melakukan evaluasi dan inovasi yang berkaitan dengan produk, pelayanan, jalur pemasaran dan proses internal perusahaan.
3. Meningkatkan dan membina kesejahteraan pemilik, karyawan, dan masyarakat melalui sistem penjualan yang profesional.
4. Membina kerjasama yang baik dengan supplier untuk menjaga kualitas produk.

Dengan adanya beberapa misi yang dimiliki tersebut, My Pie memberikan satu arahan yang wajib dilakukan untuk mencapai visi menjadi *home made* kue pie yang menjadi pilihan utama yang bercita rasa tinggi di Surabaya dengan mengutamakan kualitas produk dan layanan dengan cara menjalin kerjasama internal, menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan dan supplier.

ANALISIS BISNIS

Industri makanan dan minuman sedang mengalami tren kenaikan dengan diiringi peningkatan tingkat konsumsi masyarakat di Indonesia. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa dibandingkan dengan industri kreatif lainnya, industri makanan dan minuman mendapat peluang yang sangat besar untuk terus tumbuh. Hal ini terbukti dari data yang diperoleh dari Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), yang mencatat nilai penjualan makanan dan minuman mencapai 630 triliun pada tahun 2011 dan meningkat hingga 770 triliun pada tahun 2013 (Industry Update, 2013:2), seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 2 Grafik Nilai Penjualan Makanan dan Minuman Pada tahun 2007-2013

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan yang dilihat peningkatan nilai penjualan makanan dan minuman yang terus bertumbuh. Peningkatan nilai penjualan makanan dan minuman ini ditandai dengan salah satunya semakin banyaknya didirikan bisnis makanan dan minuman baik skala kecil maupun skala besar. Peningkatan tersebut dipicu oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat seiring dengan kenaikan jumlah penduduk yang juga menjadi salah satu faktor pendorong.

Disamping itu, adanya perubahan gaya hidup konsumen yang dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih, memberikan peluang dalam membuka bisnis secara *online* dan *delivery order*. Tidak lagi hanya pada bisnis *fashion* tetapi juga pada bisnis *food*, dimana makanan merupakan kebutuhan utama manusia. Saat ini orang lebih tertarik pada segala sesuatu yang serba instan dan cenderung tidak mau repot. Sebagai contohnya, kita dapat melakukan pembelian makanan hanya dengan memesan melalui telepon, sms, BBM, Line, Whatsapp, atau media komunikasi lainnya, yang dilengkapi dengan fasilitas layanan pesan antar. Hal ini dianggap lebih praktis, lebih menghemat waktu dan dapat menghindari kemacetan mengingat padatanya aktivitas saat ini.

My Pie memiliki strategi dalam menjalankan bisnisnya dengan empat elemen yang terkait dengan strategi yaitu:

a. *Goals*

Tujuan My Pie tercantum pada visi yang dimiliki, yaitu menjadi home made kue Pie yang menjadi pilihan utama dan bercita rasa tinggi di Surabaya. Perusahaan berkeinginan untuk menjadi *home made* kue pie yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya di Surabaya dengan memberikan kualitas produk yang baik dengan rasa yang khas, penataan topping yang menarik, harga yang sesuai serta pelayanan profesional.

Hal ini juga didukung dengan misi yang dimiliki oleh My Pie, yaitu menciptakan kepuasan pelanggan dengan produk Pie yang bercita rasa tinggi dan pelayanan yang terbaik, melakukan evaluasi dan inovasi yang berkaitan dengan produk, pelayanan, jalur pemasaran dan proses internal, perusahaan juga senantiasa meningkatkan dan membina kesejahteraan pemilik, karyawan dan masyarakat serta membina kerjasama yang baik dengan supplier agar menjaga kualitas produk.

b. *Scope*

My Pie memiliki target konsumen kelas menengah dan menengah ke atas, dimana produk yang ditawarkan memiliki harga yang bersaing dengan banyak pilihan topping. Selain langsung menawarkan kepada konsumen pengguna akhir atau *end user*, My Pie kedepannya juga berkeinginan untuk mempunyai toko dengan produk yang *ready stock*.

c. *Competitive Basis*

Dalam upaya memenangkan persaingan setiap perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif dari pesaingnya. Dilihat dari sisi produk, produk yang ditawarkan oleh My Pie memiliki keunggulan dari aspek topping mengingat bahwa My Pie memberikan layanan *made by order* sehingga mempunyai beberapa pilihan topping yang lebih banyak. Dengan begitu My Pie memiliki diferensiasi melalui keunikan dan perbedaan produk dengan produk pesaing hal ini sudah membuat perusahaan unggul dalam berkompetitif dengan pesaing (David, 2011).

Dari segi pengiriman, perusahaan memiliki sistem pengiriman yang tertata dengan baik serta pengiriman cepat dan tepat. My Pie mempunyai kurir tersendiri yang menjadi salah satu fasilitas yang diberikan kepada konsumen tanpa diberikan tambahan biaya. Hal tersebut juga merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki My Pie. Untuk lebih mendapatkan keunggulan kompetitif, maka My Pie akan terus memperbaiki sistem pemasaran yang dimiliki agar dapat menyaingi produk-produk yang sudah lama bersaing di pasar. Selain itu, dalam menjawab perkembangan teknologi yang ada, perusahaan juga telah memanfaatkan sosial media untuk mengenalkan produk My Pie ke konsumen secara luas.

d. *Business Model*

My Pie merupakan usaha bisnis di bidang food yang dapat dibidang masih baru dibandingkan dengan kompetitor yang sudah lama berdiri. Bisnis My Pie dijalankan oleh owner beserta staff yang cukup mendukung dalam bisnis, dimana masing-masing telah memiliki *job description* yang jelas, sehingga proses kegiatan bisnis menjadi lebih efektif dan efisien.

My Pie menawarkan nilai jual dalam pelayanan yang diberikan terutama dalam hal kecepatan dan ketepatan dalam melayani konsumen termasuk pengiriman. Semua pengiriman dilakukan atas spesifikasi yang diminta oleh konsumen. Selain itu, My Pie juga mengutamakan kualitas dari produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan dengan memilih *supplier* terbaik yang menggunakan bahan baku berkualitas dan memiliki *quality control* yang ketat pada setiap produk dari bahan baku, proses produksi hingga

proses penyajian. Hal ini dilakukan agar dapat tetap menjaga kepuasan konsumen terhadap produk.

Terdapat beberapa pesaing My Pie, yaitu pesaing yang memiliki kesamaan dengan My Pie baik dari segi lokasi maupun produk dan layanannya ataupun pesaing yang mungkin memiliki lokasi maupun produk dan layanan yang berbeda dengan My Pie, tetapi berpotensi untuk menjadi pesaing My Pie. Berikut adalah hasil analisis pesaing untuk melihat keunggulan My Pie jika dibandingkan dengan para pesaingnya. Untuk mengetahui posisi My Pie dibandingkan dengan pesaing, pemilik melakukan survey kepada 10 orang secara acak dengan memberikan sampel pada masing-masing merek pie. Kemudian pemilik memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan faktor pembandingan, yaitu:

1. Rasa, dengan menanyakan kualitas rasa pada masing-masing merek pie kemudian responden diminta memberikan penilaian dengan menggunakan skala likert yaitu:

SE : Sangat Enak

E : Enak

TE : Tidak Enak

STE : Sangat Tidak Enak

2. Penataan Topping, dengan menanyakan kemenarikan penataan topping pada masing-masing merek pie kemudian responden diminta memberikan penilaian dengan menggunakan skala likert yaitu:

SM : Sangat Menarik

M : Menarik

TM : Tidak Menarik

STM : Sangat Tidak Menarik

3. Kesesuaian Harga, dengan menanyakan kesesuaian harga dengan rasa dan penataan topping pada masing-masing merek pie kemudian responden diminta memberikan penilaian dengan menggunakan skala likert yaitu:

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

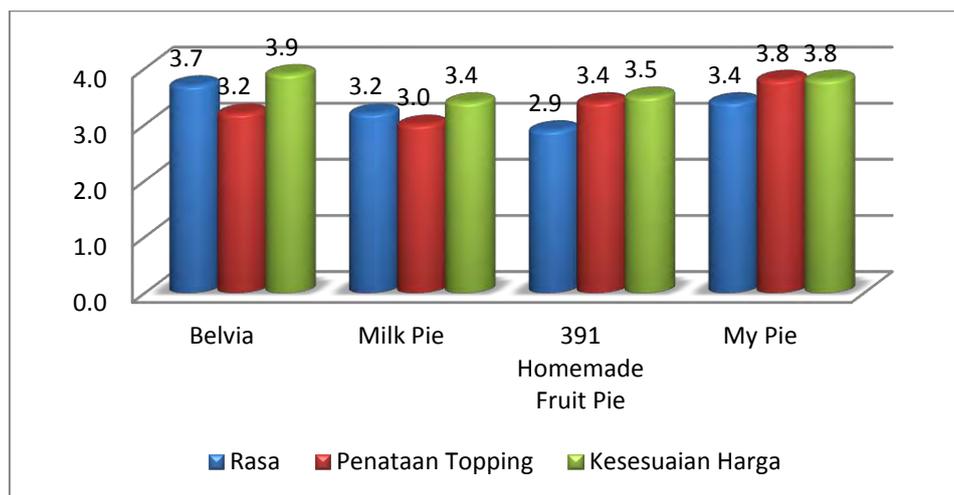
TS : Tidak Sesuai

STS : Sangat Tidak Sesuai

Setelah menanyakan kepada 10 responden, dengan memberikan nilai $SE - STE = 4 - 1$

Tabel 1 Faktor Pembanding My Pie dengan Pesaing

No.	Faktor Pembanding	Belvia	Milk Pie	391 Homemade Fruit Pie	My Pie
1.	Rasa	1	3	4	2
2.	Penataan Topping	3	4	2	1
3.	Kesesuaian Harga	1	4	3	2



Gambar 3 Posisi My Pie dengan ketiga pesaing ditinjau dari segi Rasa, Penataan Topping, dan Kesesuaian Harga

PERENCANAAN PEMASARAN

My Pie melakukan manajemen pemasaran diperlukan suatu analisa untuk mengetahui hal – hal mengenai segmentasi konsumen, target dari konsumen, serta posisi dari produk My Pie tersebut di pasar saat ini, yang pada umumnya manajemen pemasaran ini dikenal dengan istilah STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

1. *Segmentation*

Dalam melakukan segmentasi pasar dalam industri ini mengadopsi teori Kotler (2009) yang menggunakan 4 jenis variabel segmentasi yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi perilaku, dan segmentasi psikografis. Berikut ini penjelasan segmentasi konsumen My Pie.

a. Segmentasi Geografis (*Geographic Segmentation*)

Segmentasi geografi yang dituju oleh My Pie berdasarkan wilayah pasar yang membagi pasar menjadi unit geografis yaitu: Surabaya Utara, Surabaya Selatan, Surabaya Pusat, Surabaya Barat, dan Surabaya Timur. Adapun sub-variabel dari segmentasi geografis yang dimaksud adalah wilayah tempat tinggal responden.

Segmentasi geografi My Pie adalah penduduk kota Surabaya khususnya Surabaya Timur.

b. Segmentasi Demografis (*Demographic Segmentation*)

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi berbagai kelompok berdasarkan variabel seperti gender, usia, kelas ekonomi dan profesi.

- 1) Segmentasi demografis My Pie berdasarkan gender adalah Wanita dan Pria.
- 2) Segmentasi demografis My Pie berdasarkan usia berada pada rentang 20 – 49 tahun.
- 3) Segmentasi demografis My Pie berdasarkan kelas ekonomi adalah tergolong pada menengah atas.
- 4) Segmentasi demografis My Pie berdasarkan profesi adalah sebagian besar merupakan pekerja swasta dan wiraswasta.

c. Segmentasi Perilaku (*Behavioral Segmentation*)

Segmentasi dimana pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Dalam hal ini segmentasi perilaku konsumen My Pie dilakukan dengan membagi kesukaan konsumen terhadap produk yang dibeli. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa sebagian besar konsumen menyukai Pie rasa buah dan *made by order* (sesuai permintaan konsumen).

d. Segmentasi Psikografis (*Psychographic Segmentation*)

Segmentasi psikografi didefinisikan sebagai segmentasi yang membagi pasar berdasarkan berdasarkan karakteristik gaya hidup dan kepribadian konsumen yang dilihat berdasarkan seberapa sering konsumen mengonsumsi pie. Perilaku masyarakat yang menjadi pasar My Pie adalah masyarakat yang merupakan penikmat pie, sehingga kedepannya My Pie akan melakukan inovasi pada produk pie dengan adanya topping dan membuat pie in jar.

2. *Targeting*

Target pasar My Pie adalah masyarakat Surabaya dengan rentang usia 20-49 tahun dengan rata-rata pengeluaran < Rp. 1.250.000 per bulan yang merupakan masyarakat dari kalangan menengah atas.

3. *Positioning*

Dalam menentukan *positioning* digunakan strategi *Unique Selling Proposition*, yaitu strategi yang berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk

pesaing. My Pie memiliki *tagline* “Home Made Pie”, dimana melalui tagline ini My Pie berusaha memberikan warna baru dalam pengalaman konsumen mengkonsumsi dan menikmati Pie seperti dengan adanya penawaran “*made by order*”, yaitu pembuatan pie dengan rasa sesuai dengan *request* oleh konsumen.

Marketing mix program My Pie akan berfokus pada strategi market yang fokus utama terletak bagaimana membangun pasar yang ada. Salah satu strategi marketing program adalah dengan cara menaikkan nilai dari brand tersebut secara visual tidak secara subjektif. Sesuai dengan kondisi pasar pada saat ini perusahaan akan menggunakan desain yang menarik. Karena pada saat ini masyarakat sangat menggemari *trend* yang ada sehingga kita harus dapat menguasai *trend* tersebut. Media sosial yang sering digunakan untuk membangun brand dengan menggunakan website, twitter, facebook dan juga instagram. Marketing program yang digunakan adalah melalui kerja sama dengan pihak ketiga dalam mengelola perusahaan melalui kerjasama konsinyasi. Dengan *brand image* yang cukup baik di masyarakat melalui beberapa marketing program, akan memudahkan perusahaan menjalin kerja sama dengan pihak ketiga dalam mengembangkan perusahaan di masa depan.

Produk

Produk yang ditawarkan My Pie adalah produk Pie dengan berbagai macam rasa seperti pie aneka buah dan yang berbeda dengan beberapa kompetitor adalah pie dengan rasa yang masih jarang ada seperti jeruk nipis, lemon, sosis, beef. Adapun produk yang ditawarkan oleh My Pie adalah:

Tabel 2 Produk My Pie

No.	Nama Produk	Gambar
1.	Fruit Pie	
2.	Apple Pie	

No.	Nama Produk	Gambar
3.	Quiche	
4.	Blueberry Chesse Pie	
5.	Strawberry Chesse Pie	
6.	Choco Pie	
7.	Chesse Pie	
8.	Keylime Pie	
9.	Lemon Pie	

No.	Nama Produk	Gambar
10.	Mini Pie	

Price

Price merupakan harga yang ditawarkan My Pie kepada konsumen yang sesuai dengan strategi yang dilakukan.

Tabel 3 Harga My Pie

Jenis Pie	Harga
Fruit Pie	Rp. 165.000,-
Quiche	Rp. 165.000,-
Apple Pie	Rp. 150.000,-
Choco / Cheese Pie	Rp. 120.000,-
Blueberry / Strawberry Cheese pie	Rp. 150.000,-
Lime Pie	Rp. 150.000,-
Lemon Pie	Rp. 150.000,-
Mini Fruit Pie	Rp. 10.000,-
<i>Made by Order</i>	Menyesuaikan

Place

Lokasi My Pie dipilih dengan melihat aksesibilitas yang ada, dimana lokasi My Pie ini dipilih di daerah Rungkut, tepatnya di Jl. Rungkut Mapan Barat IX block BI no 19, Surabaya, Jawa Timur karena lokasinya yang strategis dan memiliki akses lokasi yang mudah dijangkau dengan adanya banyak tempat, antara lain:

1. Jalan raya Meer.
2. Universitas Pembangunan Nasoinal Veteran Surabaya.
3. Beberapa Supermaket, seperti Super Indo, Giant dan Carrefour.
4. Tol Pondok Chandra.
5. Beberapa Perumahan dan Apartemen, seperti Puri Mas Regency.
6. Perkantoran dan Pabrik.
7. Pom bensin.

Dengan adanya beberapa tempat tersebut sangat memudahkan konsumen untuk menuju lokasi My Pie.

Promotion

Media promosi yang dilakukan My Pie sejauh ini adalah melalui *word of mouth* kepada teman-teman, relasi dan keluarga, media sosial serta penjualan booth (bazaar) yang ditujukan pada masyarakat luas dan juga menyebarkan brosur di tempat-tempat yang berpotensi untuk memperkenalkan produk My Pie.

1. Media Sosial

Media sosial yang digunakan oleh My Pie sebagai media *marketing communication* adalah Instagram. Media sosial tersebut pilih karena melihat pengguna instagram yang terus meningkat dan menjadi trend bagi para pebisnis untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas melalui instagram. Selain itu juga menggunakan facebook dan twitter, mengingat masih ada yang menggunakan media sosial tersebut, namun intensitas promosi tidak sebanyak yang dilakukan di Instagram.

Selain sosial media, My Pie juga menawarkannya melalui personal chat seperti LINE, BBM, dan WA kepada teman-teman, relasi, dan keluarga yang juga menyebarkannya kepada orang lain. Dengan adanya media sosial ini bertujuan untuk mempermudah kita memberikan informasi ter-update kepada pelanggan. Karena dengan menggunakan sosial media akan dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan sesuai dengan keinginan kita.

2. Word of Mouth

Word of mouth adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan penerima pesan dimana penerima pesan menerima pesan dengan suka rela mengenai suatu produk, pelayanan atau merek. Menurut *Word Of Mouth Marketing Association (WOMMA)*,

Word of Mouth ini mempunyai tujuan bahwa untuk mengenalkan My Pie kepada masyarakat luas kita juga mampu menerangkan apa saja keunggulan yang dimiliki oleh My Pie sehingga hal-hal positif yang terdengar mengenai My Pie dapat langsung disebarkan kepada pelanggan lain yang telah mempunyai kesan baik mengenai My Pie. Dalam *word of mouth* porsi terbesar yang dilakukan adalah dengan tujuan menjalin hubungan yang baik terhadap *customers* dan membangun hubungan secara tidak langsung agar pelanggan mau berkunjung kembali.

3. Promosi Harga

Promosi harga dilakukan oleh My Pie dengan memberikan diskon dan kepada konsumen yang sedang berulang tahun, yaitu sebesar 5% dengan minimal pemesan Rp.

150.000 dan memberikan fotocopy KTP. Kemudian juga memberikan harga special pada event tertentu seperti pada Valentine Days, Mother's Day, Hari Raya Idul Fitri, serta Natal sebesar 10%.

4. Brosur dan Spanduk

Disamping itu sebagai upaya strategi offline dilakukan dengan beberapa hal seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4 Promosi Offline

No.	Jenis Media	Jumlah	Frekuensi	Wilayah Penyebaran
1.	Brosur/ Pamflet/ Flyer	@ 100 lbr	1 minggu sekali	1. Giant Express Rungkut Mapan 2. Superindo Yakaya 3. Universitas UPN 4. Giant Pondok Candra
2.	X Banner	2	-	1. Di depan toko My Pie 2. Di dalam toko My Pie
3.	Spanduk	2	-	1. Di depan toko My Pie 2. Jalan depan perumahan lokasi My Pie



Gambar 4 Brosur / Spanduk My Pie

5. Penjualan Booth

Penjualan booth akan dilakukan My Pie di acara bazar-bazar di Surabaya guna untuk lebih memperkenalkan produk My Pie dan mengembangkan pangsa pasar. Dengan adanya penjualan booth diharapkan konsumen lebih mudah mendapatkan produk My Pie dan meningkatkan penjualan serta dapat menjalin hubungan dengan konsumen secara langsung.

PERENCANAAN OPERASIONAL

Proses operasional yang dilakukan MyPie terdiri dari prosedur memproduksi pie, prosedur penjualan produk, dan prosedur pengiriman delivery order, dan prosedur pelaporan penjualan. Dalam hal ini, MyPie selalu mengikuti semua standar operasional prosedur.

1. Prosedur Memproduksi Pie

Dalam memproduksi Pie didasarkan pada pesanan. Sebelum melakukan produksi Pie, MyPie selalu memperhatikan beberapa hal, yaitu:

a. Persiapan Bahan Baku

Pada tahap persiapan bahan baku langkah awal yang harus dilakukan adalah mempersiapkan peralatan dan bahan yang akan digunakan untuk proses pembuatan adonan. Dalam tahap ini, MyPie benar-benar memperhatikan kualitas bahan baku yang akan digunakan.

b. Persiapan Peralatan

Peralatan merupakan sesuatu yang penting dan krusial dalam pembuatan kue khususnya Pie, sehingga harus benar-benar memperhatikan kelengkapan dan ketersediaan peralatan serta kelayakan peralatan untuk digunakan. Dalam hal ini, MyPie memperhatikan ke higienisan peralatan yang digunakan agar mendapatkan hasil yang berkualitas.

c. Persediaan Topping

Persediaan topping dalam hal ini adalah memastikan kuantitas dan kualitas buah yang digunakan. Kemudian juga untuk sosis, beef, dan lainnya juga diperhatikan untuk ketersediannya.

d. Pembuatan Adonan

Pembuatan adonan adalah pembuatan dough (kulit) pie yang dasarnya adalah sama. Pembuatan adonan untuk pie ukuran besar dilakukan setiap hari, sedangkan untuk pie ukuran kecil hanya dibuat mengacu pada order.

e. Penataan Isi atau Topping

Penataan isi disesuaikan dengan pesanan atau made by order, dan juga My Pie sudah mempunyai standard penataan sendiri.

2. Prosedur Penjualan Pie

Proses penjualan dimulai dari konsumen melihat daftar menu kue pie yang ada, kemudian memesannya melalui pesan singkat dan kasir mencatat pesanan. Setelah konsumen melakukan pesanan dan dari pihak MyPie memberikan informasi mengenai

total yang dibayarkan konsumen diharapkan segera membayar total tagihan tersebut melalui transfer antar rekening bank ataupun dengan pembayaran tunai. Apabila pembayaran dilakukan dengan transfer maka konsumen diharuskan untuk memberikan bukti transfer melalui pesan singkat kepada kasir, kemudian pesanan tersebut akan diproses. Setelah itu kasir membuat daftar pesanan rangkap 3 dan memberikan daftar pesanan rangkap 1 dan rangkap 2 tersebut ke pihak dapur untuk diproduksi dan rangkap 3 akan menjadi arsip untuk pembuatan laporan kepada pemilik. Setelah pesanan jadi, pihak dapur akan memberikan konfirmasi mengenai kesiapan pesanan kue pie dan nota rangkap 1 diberikan kepada kasir. Apabila pesanan tersebut merupakan delivery order, kasir akan memberikan nota pesanan rangkap 1 dan segera memberi perintah untuk mengantar kue pie yang siap untuk dikirim kepada delivery man, dan apabila tidak (diambil) maka kasir akan menginformasikan kepada customer apabila pesanan sudah siap dan bisa diambil. Pembayaran secara tunai akan dilakukan saat pengambilan kue pie yang sudah siap diambil ke dapur MyPie oleh konsumen dan kasir akan memberikan pesanan yang sesuai dengan pesanan dan nota rangkap 1.

3. Proses Pengiriman Delivery order

Proses pengiriman delivery order dimulai pada saat kue pie yang sudah jadi sesuai jadwal pesanan, maka kasir memberikan nota rangkap satu yang telah diberikan oleh pihak dapur kepada delivery man untuk dikirim bersama pesanan. Delivery man akan mengirimkan pesanan sesuai jadwal dan alamat yang sudah disepakati dan memberikan nota rangkap 1 kepada konsumen. Apabila pembayaran yang dilakukan melalui transfer antar rekening maka nota rangkap 1 diberikan oleh konsumen tanpa adanya pembayaran secara tunai dari pihak konsumen kepada delivery man MyPie, dimana dengan syarat bukti transfer sudah dikirim melalui pesan singkat kepada kasir MyPie, tetapi jika pembayaran dilakukan secara tunai maka nota rangkap 1 akan diberikan kepada konsumen setelah delivery man menerima uang secara tunai sebesar total pembelian oleh konsumen.

Setelah melakukan pengiriman, delivery man akan memberikan uang yang diberikan oleh konsumen kepadanya sejumlah dengan transaksi penjualan secara tunai pada hari itu kepada pihak kasir yang kemudian akan dicocokkan dengan nota rangkap 3.

4. Prosedur Pelaporan Penjualan Pie

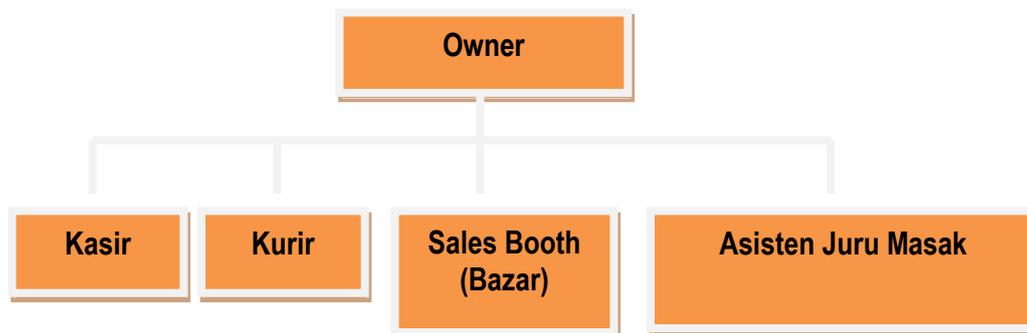
Pada akhir hari penjualan, karyawan bertugas merekap seluruh nota yang ada. Jumlah produk yang terjual dicocokkan dengan jumlah uang yang ada. Setelah sesuai, jumlah persediaan

yang tersisa juga harus sama dengan jumlah awal persediaan dikurangi dengan jumlah penjualan untuk setiap jenis Pie. Setelah itu karyawan memberikan laporan penjualan tersebut kepada Owner.

PERENCANAAN ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

Kepemilikan badan usaha dari MyPie adalah kepemilikan tunggal. Manajemen My Pie dipimpin oleh Owner, yang berlatar-belakang pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, yang kemudian melanjutkan studi S2 Magister Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya. Pemilik akan bertugas sebagai Juru Masak My Pie. Tim manajemen dari My Pie terdiri dari Pemilik, Asisten Juru Masak, Kasir, Sales Booth dan Kurir.

Struktur organisasi MyPie tidak rumit merupakan struktur organisasi yang sangat sederhana. Hal tersebut didasarkan pada kondisi perusahaan yang tidak terlalu besar dan sesuai kebutuhan yang ada. Struktur organisasi masih terdapat perangkapan fungsi karena efisiensi dan MyPie memiliki prinsip sebagai suatu kesatuan tim kerja yang saling membantu. Berikut ini merupakan struktur organisasi MyPie:



Gambar 5 Struktur Organisasi MyPie

PERENCANAAN KEUANGAN

Perhitungan biaya dan pendapatan yang dihasilkan oleh My Pie menggunakan bantuan dari Microsoft Excel 2010. Perhitungan biaya dan pendapatan dilakukan untuk periode tahun 2016 hingga 2020. Perhitungan menggunakan 5 tahun disesuaikan dengan tujuan jangka pendek hingga jangka panjang yang membutuhkan jangka waktu hingga 5 tahun ke depan untuk melihat perkembangan bisnis dari My Pie

Tabel 1. Penjualan Mingguan dan Bulanan Periode 2016-2020

Tahun	Weekdays		Weekend		Penjualan	
	Outlet	Grobak	Outlet	Grobak	Mingguan	Bulanan
2016	25	30	20	40	115	460
2017	35	30	28	40	133	532
2018	50	25	40	35	150	600
2019	60	20	48	30	158	632
2020	70	20	56	30	176	704

Tabel 6 Proyeksi Penjualan

Produk	Proyeksi Penjualan
Fruit Pie	10%
Apple Pie	15%
Quiche	10%
Blueberry Chesse Pie	5%
Strawberry Chesse Pie	5%
Choco Pie	5%
Chesse Pie	5%
Lime Pie	10%
Lemon Pie	10%
Mini Pie	5%
<i>Made by Order</i> Pie	20%
Total	100%

Tabel 2 Proyeksi Pendapatan Tahun 2016

Produk	Propori	2016		
		PM	Bulan	Tahun
Fruit Pie	10%	12	7.920.000	95.040.000
Quiche	10%	12	7.920.000	95.040.000
Apple Pie	15%	17	10.200.000	122.400.000
Blueberry Chesse Pie	5%	6	3.600.000	43.200.000
Strawberry Chesse Pie	5%	6	3.600.000	43.200.000
Choco Pie	5%	6	2.880.000	34.560.000
Chesse Pie	5%	6	2.880.000	34.560.000
Lime Pie	10%	12	7.200.000	86.400.000
Lemon Pie	10%	12	7.200.000	86.400.000
Mini Pie	5%	6	1.920.000	23.040.000
Made by Order	20%	20	11.200.000	134.400.000

Pie				
Total	100%	115	66.520.000	798.240.000

Tabel 3 Proyeksi Pendapatan Tahun 2017

Produk	Proporsi	2017		
		PM	Bulan	Tahun
Fruit Pie	10%	13	8.840.000	106.080.000
Quiche	10%	13	8.840.000	106.080.000
Apple Pie	15%	20	12.400.000	148.800.000
Blueberry Chesse Pie	5%	7	4.340.000	52.080.000
Strawberry Chesse Pie	5%	7	4.340.000	52.080.000
Choco Pie	5%	7	3.500.000	42.000.000
Chesse Pie	5%	7	3.500.000	42.000.000
Lime Pie	10%	13	8.060.000	96.720.000
Lemon Pie	10%	13	8.060.000	96.720.000
Mini Pie	5%	7	2.688.000	32.256.000
Made by Order Pie	20%	26	15.080.000	180.960.000
Total	100%	133	79.648.000	955.776.000

Tabel 4 Proyeksi Pendapatan Tahun 2018

Produk	Proporsi	2018		
		PM	Bulan	Tahun
Fruit Pie	10%	15	10.500.000	126.000.000
Quiche	10%	15	10.500.000	126.000.000
Apple Pie	15%	23	14.720.000	176.640.000
Blueberry Chesse Pie	5%	8	5.120.000	61.440.000
Strawberry Chesse Pie	5%	8	5.120.000	61.440.000
Choco Pie	5%	8	4.160.000	49.920.000
Chesse Pie	5%	8	4.160.000	49.920.000
Lime Pie	10%	15	9.600.000	115.200.000
Lemon Pie	10%	15	9.600.000	115.200.000
Mini Pie	5%	8	3.584.000	43.008.000
Made by Order Pie	20%	27	16.200.000	194.400.000
Total	100%	150	93.264.000	1.119.168.000

Tabel 5 Proyeksi Pendapatan Tahun 2019

Produk	Proporsi	2019		
		PM	Bulan	Tahun
Fruit Pie	10%	16	11.520.000	138.240.000
Quiche	10%	16	11.520.000	138.240.000

Apple Pie	15%	24	15.840.000	190.080.000
Blueberry Chesse Pie	5%	8	5.280.000	63.360.000
Strawberry Chesse Pie	5%	8	5.280.000	63.360.000
Choco Pie	5%	8	4.320.000	51.840.000
Chesse Pie	5%	8	4.320.000	51.840.000
Lime Pie	10%	16	10.560.000	126.720.000
Lemon Pie	10%	16	10.560.000	126.720.000
Mini Pie	5%	8	4.096.000	49.152.000
Made by Order Pie	20%	30	18.600.000	223.200.000
Total	100%	158	101.896.000	1.222.752.000

Tabel 6 Proyeksi Pendapatan Tahun 2020

Produk	Proporsi	2020		
		PM	Bulan	Tahun
Fruit Pie	10%	18	13.320.000	159.840.000
Quiche	10%	18	13.320.000	159.840.000
Apple Pie	15%	26	17.680.000	212.160.000
Blueberry Chesse Pie	5%	9	6.120.000	73.440.000
Strawberry Chesse Pie	5%	9	6.120.000	73.440.000
Choco Pie	5%	9	5.040.000	60.480.000
Chesse Pie	5%	9	5.040.000	60.480.000
Lime Pie	10%	18	12.240.000	146.880.000
Lemon Pie	10%	18	12.240.000	146.880.000
Mini Pie	5%	9	5.184.000	62.208.000
Made by Order Pie	20%	33	21.120.000	253.440.000
Total	100%	176	117.424.000	1.409.088.000

Informasi Penjualan Mingguan (PM) juga digunakan untuk memproyeksikan harga pokok penjualan tiap produk yang di jual di My Pie. Berdasarkan tabel 52 hingga tabel 56.

Tabel 7 Proyeksi HPP tahun 2016

Produk	HPP satuan	2016		
		PM	Bln	Th
Fruit Pie	70.166	12	3.367.968	40.415.616
Quiche	94.125	12	4.518.000	54.216.000
Apple Pie	63.192	17	4.297.056	51.564.672
Blueberry Chesse Pie	65.666	6	1.575.984	18.911.808
Strawberry Chesse Pie	64.866	6	1.556.784	18.681.408
Choco Pie	30.666	6	735.984	8.831.808

Chesse Pie	41.666	6	999.984	11.999.808
Lime Pie	51.016	12	2.448.768	29.385.216
Lemon Pie	63.516	12	3.048.768	36.585.216
Mini Pie	70.166	6	1.683.984	20.207.808
Made by Order Pie	61.505	20	4.920.400	59.044.800
Total	676.550	115	29.153.680	349.844.160

Tabel 8 Proyeksi HPP Tahun 2017

Produk	HPP satuan	2017		
		PM	Bln	Th
Fruit Pie	70.166	13	3.648.632	43.783.584
Quiche	94.125	13	4.894.500	58.734.000
Apple Pie	63.192	20	5.055.360	60.664.320
Blueberry Chesse Pie	65.666	7	1.838.648	22.063.776
Strawberry Chesse Pie	64.866	7	1.816.248	21.794.976
Choco Pie	30.666	7	858.648	10.303.776
Chesse Pie	41.666	7	1.166.648	13.999.776
Lime Pie	51.016	13	2.652.832	31.833.984
Lemon Pie	63.516	13	3.302.832	39.633.984
Mini Pie	70.166	7	1.964.648	23.575.776
Made by Order Pie	61.505	26	6.396.520	76.758.240
Total	676.550	133	33.595.516	403.146.192

Tabel 9 Proyeksi HPP Tahun 2018

Produk	HPP satuan	2018		
		PM	Bln	Th
Fruit Pie	70.166	15	4.209.960	50.519.520
Quiche	94.125	15	5.647.500	67.770.000
Apple Pie	63.192	23	5.813.664	69.763.968
Blueberry Chesse Pie	65.666	8	2.101.312	25.215.744
Strawberry Chesse Pie	64.866	8	2.075.712	24.908.544
Choco Pie	30.666	8	981.312	11.775.744
Chesse Pie	41.666	8	1.333.312	15.999.744
Lime Pie	51.016	15	3.060.960	36.731.520
Lemon Pie	63.516	15	3.810.960	45.731.520
Mini Pie	70.166	8	2.245.312	26.943.744
Made by Order Pie	61.505	27	6.642.540	79.710.480
Total	676.550	150	37.922.544	455.070.528

Tabel 10 Proyeksi HPP Tahun 2019

Produk	HPP satuan	2019		
		PM	Bln	Th
Fruit Pie	70.166	16	4.490.624	53.887.488
Quiche	94.125	16	6.024.000	72.288.000
Apple Pie	63.192	24	6.066.432	72.797.184

Blueberry Chesse Pie	65.666	8	2.101.312	25.215.744
Strawberry Chesse Pie	64.866	8	2.075.712	24.908.544
Choco Pie	30.666	8	981.312	11.775.744
Chesse Pie	41.666	8	1.333.312	15.999.744
Lime Pie	51.016	16	3.265.024	39.180.288
Lemon Pie	63.516	16	4.065.024	48.780.288
Mini Pie	70.166	8	2.245.312	26.943.744
Made by Order Pie	61.505	30	7.380.600	88.567.200
Total	676.550	158	40.028.664	480.343.968

Tabel 11 Proyeksi HPP Tahun 2020

Produk	HPP satuan	2020		
		PM	Bln	Th
Fruit Pie	70.166	18	5.051.952	60.623.424
Quiche	94.125	18	6.777.000	81.324.000
Apple Pie	63.192	26	6.571.968	78.863.616
Blueberry Chesse Pie	65.666	9	2.363.976	28.367.712
Strawberry Chesse Pie	64.866	9	2.335.176	28.022.112
Choco Pie	30.666	9	1.103.976	13.247.712
Chesse Pie	41.666	9	1.499.976	17.999.712
Lime Pie	51.016	18	3.673.152	44.077.824
Lemon Pie	63.516	18	4.573.152	54.877.824
Mini Pie	70.166	9	2.525.976	30.311.712
Made by Order Pie	61.505	33	8.118.660	97.423.920
Total	676.550	176	44.594.964	535.139.568

Setelah dilakukan perhitungan proyeksi pendapatan selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, yang selanjutnya dilakukan adalah menghitung *Total Project Cost* (TPC) dari My Pie. TPC adalah biaya-biaya yang dibutuhkan untuk mendirikan suatu usaha.

Tabel 12 Total Project Cost (TPC) MyPie

Project Cost	Nilai Biaya (Rupiah)	Amortisasi per Tahun	Penyusutan per Tahun
		(Rupiah)	(Rupiah)
Sewa Tempat	15,000,000		
Booth My Pie	7,800,000		780,000
Kendaraan	8,200,000		820,000
Peralatan	22,054,000		2,725,090
Perlengkapan & aksesoris	9,768,000		
Working Capital			
Kas dan Bank	4,074,320		
Venture Initiation			

Biaya Perijinan			
Ijin Usaha	2,250,000	450,000	
Merek dagang	1,700,000	340,000	
Persediaan	29,153,680		
TOTAL	100,000,000	790,000	4,325,090

Neraca Awal MyPie

Aset			Kewajiban dan Ekuitas		
Aset Lancar					
Kas	Rp	4,074,320	Kewajiban		
Perlengkapan	Rp	9,768,000	Kewajiban lancar	Rp.	
Persediaan	Rp	29,153,680	Kewajiban tidak lancar	Rp.	
Sewa Dibayar Dimuka	Rp	15,000,000			
Jumlah Aset Lancar	Rp	57,996,000	Jumlah Kewajiban	Rp.	
Aset Tetap			Ekuitas		
Peralatan	Rp	22,054,000			
Booth	Rp	7,800,000			
Kendaraan	Rp	8,200,000	Ekuitas Pemilik	Rp	100,000,000
Aset Tidak berwujud					
Ijin Usaha	Rp	2,250,000			
Merek dagang	Rp	1,700,000			
Jumlah Asset tetap	Rp	42,004,000			
Total Asset	Rp	100,000,000	Total Kewajiban dan Modal	Rp	100,000,000

Berikut merupakan biaya-biaya operasional yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis My Pie.

Tabel 18 Tabel Gaji Tahun 2016-2020

Posisi	Jumlah	2016	2017	2018	2019	2020
Owner	1	54.000.000	59.400.000	65.340.000	71.874.000	79.061.400
Sales Rombongan	1	36.600.000	38.700.000	41.010.000	43.551.000	46.346.100
Kasir	1	39.600.000	42.000.000	44.640.000	47.544.000	50.738.400
Asisten Juru Masak	1	36.600.000	38.700.000	41.010.000	43.551.000	46.346.100

Kurir	1	36.600.000	38.700.000	41.010.000	43.551.000	46.346.100
Total		203.400.000	217.500.000	233.010.000	250.071.000	268.838.100

Tabel 19 Biaya Pemasaran Selama Satu Tahun

Aktivitas Promosi	Vol	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
Promo harga				1.500.000
Brosur	4.000	lembar	200	800.000
Media Sosial	12	bulan	150.000	1.800.000
X-Banner	2	buah	100.000	200.000
Seragam	2	buah	175.000	350.000
Total				4.650.000

Tabel 20 Pemakaian Listrik Selama Setahun

Konsumsi Listrik			2016	2017	2018	2019	2019
Listrik	Kwh/hari	KwH/Bulan					
Lemari es	20	600	11,304,000	11,448,000	11,520,000	11,880,000	12,600,000
Frezer	20	600	11,304,000	11,448,000	11,520,000	11,880,000	12,600,000
Mixer	2	60	1,130,400	1,144,800	1,152,000	1,188,000	1,260,000
Oven	4	120	2,260,800	2,289,600	2,304,000	2,376,000	2,520,000
		Jumlah	25,999,200	26,330,400	26,496,000	27,324,000	28,980,000
		Rata-rata per bln	2,166,600	2,194,200	2,208,000	2,277,000	2,415,000
		TDL	1,570	1,590	1,600	1,650	1,750
Bahan Bakar							
Gas			3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
Bensin			6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000
Air			1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000
			10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000	10,800,000
		Biaya Listrik, BBM dan Air	36,799,200	37,130,400	37,296,000	38,124,000	39,780,000

Neraca, Laba Rugi dan Arus Kas

Berikut merupakan proyeksi laporan keuangan My Pie yang dibutuhkan dalam perencanaan bisnisnya, yaitu laporan laba-rugi, laporan arus kas dan neraca keuangan mulai dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

CV MY PIE
LAPORAN PROYEKSI LABA RUGI 2016-2020
NORMAL
PERIODE 01 JANUARI 2016 SD 31 DESEMBER 2020

Tabel 21 Laporan Peroyeksi Laba Rugi 2016 - 2020

PENDAPATAN	2016	2017	2018	2019	2020
Penjualan produk	798.240.000	955.776.000	1.119.168.000	1.222.752.000	1.409.088.000
Penjualan lain-lain	0	0	0	0	0
TOTAL PENDAPATAN	798.240.000	955.776.000	1.119.168.000	1.222.752.000	1.409.088.000
BEBAN POKOK PRODUKSI					
Harga Pokok Produksi	349.844.160	403.146.192	455.070.528	480.343.968	535.139.568
Total Beban Produksi	349.844.160	403.146.192	455.070.528	480.343.968	535.139.568

Beban Overhead					
Beban Depresiasi Peralatan	4.325.090	4.325.090	4.325.090	4.325.090	4.325.090
Total Beban Overhead	4.325.090	4.325.090	4.325.090	4.325.090	4.325.090
BEBAN POKOK PENJUALAN	354.169.250	407.471.282	459.395.618	484.669.058	539.464.658
LABA KOTOR	444.070.750	548.304.718	659.772.382	738.082.942	869.623.342
Beban Operasional					
Beban Gaji dan Tunjangan	215.150.000	230.425.000	247.227.500	265.710.250	286.041.278
Beban Marketing	4.650.000	4.650.000	4.650.000	4.650.000	4.650.000
Beban umum	36.799.200	37.130.400	37.296.000	38.124.000	39.780.000
Beban Sewa	15.000.000	16.000.000	17.000.000	18.000.000	20.000.000
Penyusutan Beban Praoperasional	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
Penyusutan Beban Merk Dagang	340.000	340.000	340.000	340.000	340.000
Total Beban Operasional	272.389.200	288.995.400	306.963.500	327.274.250	351.261.278
LABA OPERASIONAL	171.681.550	259.309.318	352.808.882	410.808.692	518.362.064

PENDAPATAN / BEBAN LAINNYA					
Pendapatan Lainnya					
Beban Lainnya			-	-	-
TOTAL PENDAPATAN / BEBAN LAINNYA					
LABA SEBELUM PAJAK	171.681.550	259.309.318	352.808.882	410.808.692	518.362.064
PENGHASILAN KENA PAJAK	171.681.550	259.309.318	352.808.882	410.808.692	518.362.064
PPh Final 1 % (PP No. 46 Tahun 2013)	7.982.400	9.557.760	11.191.680	12.227.520	14.090.880
Total Pajak	7.982.400	9.557.760	11.191.680	12.227.520	14.090.880
LABA BERSIH SETELAH PAJAK	163.699.150	249.751.558	341.617.202	398.581.172	504.271.184

**CV MY PIE
LAPORAN ARUS KAS – NORMAL
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR TANGGAL 31 DESEMBER 2016, 2017, 2018, 2019, 2020**

Tabel 20 Laporan Arus Kas - Normal

	2016	2017	2018	2019	2020
LABA BERSIH SETELAH PAJAK	163.699.150	249.751.558	341.617.202	398.581.172	504.271.184
KEGIATAN OPERASI					
Beban Penyusutan Peralatan Operasi	2.725.090	2.725.090	2.725.090	2.725.090	2.725.090
Beban Penyusutan Kendaraan	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000
Beban Penyusutan Booth	780.000	780.000	780.000	780.000	780.000
Beban Amortisasi	790.000	790.000	790.000	790.000	790.000
Penyesuaian beban sewa dibayar dimuka	15.000.000				
Sediaan					
ARUS KAS DARI KEGIATAN OPERASI	20.115.090	5.115.090	5.115.090	5.115.090	5.115.090
KEGIATAN INVESTASI					

Peningkatan/Penurunan Peralatan					
Peningkatan/Penurunan Kendaraan					
Peningkatan/Penurunan Aktiva Tdk Berwujud					
ARUS KAS DARI KEGIATAN INVESTASI					
KEGIATAN PENDANAAN					
Pembayaran kepada Pemilik					
ARUS KAS DARI KEGIATAN PENDANAAN					
KENAIKAN BERSIH KAS DAN SETARA KAS	183.814.240	254.866.648	346.732.292	403.696.262	509.386.274
KAS DAN SETARA KAS PADA AWAL PERIODE	4.074.320	187.888.560	442.755.208	789.487.500	1.193.183.762
KAS DAN SETARA KAS PADA AKHIR PERIODE	187.888.560	442.755.208	789.487.500	1.193.183.762	1.702.570.036

**CV MY PIE
LAPORAN PROYEKSI NERACA - NORMAL
PER PERIODE AKHIR TAHUN 2016 SD 2020**

Tabel 21 Laporan Proyeksi Neraca - Normal

	2016	2017	2018	2019	2020
ASET					
Aset Lancar					
Kas	187.888.560	442.755.208	789.487.500	1.193.183.762	1.702.570.036
Sewa Dibayar Dimuka					
Perlengkapan	9.768.000	9.768.000	9.768.000	9.768.000	9.768.000
Persediaan	29.153.680	29.153.680	29.153.680	29.153.680	29.153.680
Total Aset Lancar	226.810.240	481.676.888	828.409.180	1.232.105.442	1.741.491.716
Aset Tetap					
Peralatan	22.054.000	22.054.000	22.054.000	22.054.000	22.054.000
Kendaraan	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Booth	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000
Akumulasi Depresiasi	4.325.090	8.650.181	12.975.271	17.300.362	21.625.452
Aset Tetap Bersih	33.728.910	29.403.819	25.078.729	20.753.638	16.428.548
Aset Tidak Berwujud					
Biaya Pra-operasional	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000
Sertifikat Halal	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000
Akumulasi Amortisasi	790.000	1.580.000	2.370.000	3.160.000	3.950.000

Aset Tidak Berwujud Bersih	3.160.000	2.370.000	1.580.000	790.000	0
Total Aset	263.699.150	513.450.707	855.067.909	1.253.649.080	1.757.920.264
Kewajiban dan Ekuitas					
Kewajiban					
Ekuitas					
Ekuitas Pemilik	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000
Saldo Laba	163.699.150	413.450.707	755.067.909	1.153.649.080	1.657.920.264
Total Kewajiban dan Modal	263.699.150	513.450.707	855.067.909	1.253.649.080	1.757.920.264

Sumber pendanaan yang digunakan berasal dari modal pribadi. Dalam melakukan perhitungan WACC, dilakukan dengan menggunakan persentase dari *return on investment* dari alternatif investasi lain yaitu reksadana, deposito, dan asuransi. Berdasarkan perhitungan, nilai return yang diperoleh adalah sebesar 12,02%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka WACC yang digunakan dalam perencanaan keuangan adalah sebesar 12,02% yang kemudian akan digunakan untuk melakukan perhitungan *Net Present Value*..

Tabel 22 Perhitungan WACC

Jenis Investasi	Komposisi	Return/tahun	Return Tertimbang
Deposito	35%	6,75%	2,36%
Reksadana campuran	40%	27,83%	11,13%
Asuransi Jiwa Prudential	20%	9,12%	1,82%
	100%		
Opportunity Cost			15,32%
Inflation Rate			3,30%
WACC			12,02%

NPV merupakan nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Process*) dengan PV investasi (*Capital Outlay*). Selisih antara kedua nilai tersebut dikenal sebagai *Net Present Value* (NPV). Dalam melakukan perhitungan NPV diperlukan data berupa PV kas bersih yang dapat diperoleh melalui laporan arus kas perusahaan selama umur investasi tertentu.

Tabel 23 NPV Normal

Th ke-	Arus Kas	PVIF	PV Arus Kas	Kumulatif
0	-100,000,000.00	1.00000000	-100,000,000	-100,000,000
1	183,814,240.00	0.89270969	164,092,753	64,092,753
2	254,866,648.00	0.79693058	203,111,027	267,203,779
3	346,732,292.00	0.71142765	246,674,940	513,878,719
4	403,696,262.00	0.63509836	256,386,832	770,265,552
5	509,386,274.00	0.56695845	288,800,854	1,059,066,406
Nilai sisa	16,224,547.62	0.56695845	9,198,644	1,068,265,051

NPV	1,059,066,406
------------	----------------------

Internal rate return adalah indikator tingkat efisiensi dari suatu investasi. IRR digunakan untuk acuan apakah suatu investasi layak untuk dilakukan atau sebaliknya. Suatu investasi dikatakan layak apabila laju pengembaliannya lebih besar dari laju pengembaliannya jika dibandingkan dengan melakukan investasi yang lain seperti deposito, reksadana dan asuransi. Untuk menilai suatu bisnis apakah layak untuk dilakukan diperlukan analisis IRR dimana hasilnya harus lebih tinggi dari laju pengembalian minimum dari suatu investasi yang dilakukan.

Tabel 24 IRR Normal

Th ke-	Arus Kas	PVIF (IRR)	PV Arus Kas	Kumulatif
0	-100,000,000.00	1.00000000	-100,000,000	-100,000,000
1	183,814,240.00	0.89270969	164,092,753	64,092,753
2	254,866,648.00	0.79693058	203,111,027	267,203,779
3	346,732,292.00	0.71142765	246,674,940	513,878,719
4	403,696,262.00	0.63509836	256,386,832	770,265,552
5	509,386,274.00	0.56695845	288,800,854	1,059,066,406
Nilai sisa	16,224,547.62	0.56695845	9,198,644	1,068,265,051
NPV			1,059,066,406	
IRR		183%		

Analisis metode pengembalian terdiskonto juga menunjukkan simpulan bahwa proyek secara finansial layak. Biaya investasi yang dikeluarkan sebesar Rp. 100.000.000 dapat dikembalikan dari keuntungan arus kas perusahaan dalam masal 7 bulan 1 hari.

Tabel 25 DPP Normal

Th ke-	Arus Kas	PVIF	PV Arus Kas	Kumulatif
0	-100,000,000.00	1.00000000	-100,000,000	-100,000,000
1	183,814,240.00	0.89270969	164,092,753	64,092,753
2	254,866,648.00	0.79693058	203,111,027	267,203,779
3	346,732,292.00	0.71142765	246,674,940	513,878,719
4	403,696,262.00	0.63509836	256,386,832	770,265,552
5	509,386,274.00	0.56695845	288,800,854	1,059,066,406
Nilai sisa	16,224,547.62	0.56695845	9,198,644	1,068,265,051
0 Tahun 7 Bulan 12 hari				
DPP				

KESIMPULAN DAN SARAN

Karya ilmiah berbasis nir-penelitian yang berbentuk *business plan* ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang dapat membantu pemilik untuk melaksanakan bisnis *online food* kue pie di kota Surabaya yang dapat bersaing dengan para kompetitornya. *Business Plan* ini membahas aspek pemasaran, aspek operasional, aspek keuangan dan aspek sumber daya manusia. Strategi yang digunakan adalah SEVOR strategi yaitu dengan melihat *goals, scope, competitive basis* dan *business model*, dimana perusahaan memberikan kualitas produk yang baik serta layanan dan fasilitas yang profesional.

Dari hasil perhitungan perencanaan keuangan yang dihitung dengan menggunakan *software* excel terbaru, menunjukkan hasil yang bagus untuk melaksanakan bisnis ini. Modal awal yang diperlukan sebesar Rp 100.000.000,- dengan menggunakan WACC sebesar 12,02%. Periode perhitungan dihitung selama 5 tahun dari tahun 2016 sampai dengan 2020 diperoleh periode pengembalian 0 tahun 7 bulan 12 hari dan tingkat pengembalian sebesar 183% dan perhitungan NPV sebesar Rp. 1.269.661.046,-. Dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi ke delapan. Salemba. Empat. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur 2010*
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Data Perkembangan Jumlah Penduduk*
- Cho, Dong-Sung dan Moon 2003, *From Adam Smith to Michael Porter : Evolusi Teori Daya Saing*, Salemba Empat, Jakarta
- Christina WidhyaUtami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis : Konsep*. Jakarta Salemba Empat.
- Fandy, *Tjiptono, 2011*, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang
- Fleisher C.S. & Bensoussan B.E. 2007. *Business and competitive analysis :Effective application of new and classic methods*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Harjadi, Didik & Fatmawati Dewi. 2008. “*Word Of Marketing (WOM)Communication Sebagai Alternatif Kreatif Dalam Komunikasi Pemasaran*”. *JURNAL EQUILIBRIUM*.Vol.4, No.8, Juli-Desember2008; 72-78

Hooley, G., Piercy, N. F., dan Nicoulaud, B. 2008. *Marketing Strategy and Competitive Positioning, (4th ed.)*. New Jersey : Prentice-Hall

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Tiga Belas. Jilid 1.Jakarta :Penerbit Erlangga.

www.belviakue.com

www.google.com

www.BPS.go.id

<http://pusatdata.kontan.co.id/reksadana/>

<http://www.bankmandiri.co.id>