

## 4. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

### 4.1. Pengolahan dan Analisis Data Aspek Pasar

Pengolahan dan analisis data ini akan ditinjau dari hasil kuesioner, didapatkan 100 responden yang dianggap valid, hal ini dikarenakan terdapat bagian pertanyaan yang tidak terjawab, sehingga tidak dapat diukur kevalidasiannya. Data tersebut akan diolah dengan menggunakan microsoft excel 2003, karena microsoft excel 2003 sudah bisa digunakan untuk melakukan perhitungan data.

#### 4.1.1. Hasil Kuesioner

Kuesioner terbagi dalam 4 bagian diantaranya karakteristik responden, kejelasan mengenai pasar, keunggulan kompetitor dan kepuasan pelanggan yang akan dijabarkan satu per satu pada penelitian kali ini.

##### 4.1.1.1. Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang dianggap valid, diketahui bahwa 7% dari total butik yang ada memilih sasaran market anak-anak, 64% memilih market perempuan, 28% memilih market umum dan hanya 1% memilih market pria. Analisis yang bisa didapat dari hal ini bahwa pasar perempuan dan umum sangat dominan dalam percaturan bisnis butik, yaitu sekitar 92%.

Dari 100% responden, didapatkan bahwa 82% responden memiliki butik hanya 1 stan, 13% memiliki 2 stan, 2% memiliki 3 stan dan 3% memiliki 4 stan atau bisa dikatakan 18% responden memiliki stan lebih dari 1 stan butik. Item percetakan yang akan dibahas dalam penelitian kali ini adalah kartu nama, *paper bag 1*, *paper bag 2*, *hangtag* dan brosur saja, mungkin terdapat pula kebutuhan *advertising* lainnya seperti spanduk, *banner*, katalog, stiker, namun hanya segelintir butik yang membutuhkan jasa tersebut, sehingga tidak dimasukkan dalam *targeting*. Serta ada juga item percetakan seperti nota, tanda terima, serta form-form lainnya yang memang tidak dimasukkan dalam *targeting* karena menggunakan jenis mesin yang berbeda.

Dari 100% responden, didapat bahwa 100% dari responden tersebut membutuhkan kartu nama, memang apabila dianalisis secara singkat, kartu nama ini merupakan ujung tombak butik agar bisa diingat oleh konsumen, didalam sebuah kartu nama biasanya berisi nama toko, alamat, nomor telepon, nama pemilik atau supervisornya. Penggunaan kartu nama sebagai media perkenalan butik kepada konsumen sangat dirasakan para pemilik butik, hal ini ditandai dengan cukup besarnya kebutuhan akan kartu nama. Dilihat dari 82 responden yang memiliki 1 stan, 21,95% melakukan pemesanan kartu nama 200 lembar dalam 1 x order, 46,34% melakukan pemesanan kartu nama 500 lembar dalam 1 x order, 30,49 % melakukan pemesanan sebanyak 1000 lembar dalam 1 x order, sedangkan hanya 1,22% yang melakukan order sebanyak 5000 lembar kartu nama. Apabila ditinjau dari data tersebut diketahui terdapat pasar yang senang melakukan pemesanan dalam jumlah terkecil (200 lembar) walaupun 1 bulan sekali mereka harus melakukan pemesanan serta dengan harga yang relatif mahal, hal ini dikarenakan kekuatiran atau mengikuti trend di pasar apabila terjadi perubahan, sebagai contoh terdapat beberapa jenis produk yang dicetak bergambar di cover depan kartu nama.

Pasar kartu nama terbesar memilih untuk memesan dengan jumlah 500 serta 1000 lembar dalam 1 x pesan yaitu 76,83% . memang terjadi selisih harga per lembarnya apabila memesan 200 lembar dengan 500 atau 1000 lembar, dari hal ini bisa disimpulkan bahwa tidak semua dari responden mau berganti-ganti isi atau desain kartu nama, namun juga mubazir apabila pesan terlalu banyak sehingga, terjadi titik dimana mereka merasa cukup yaitu di pemesanan 500 dan 1000. Dari semua responden, akan dicari rata-rata kebutuhan akan kartu nama setiap bulannya, didapatkan nilainya 339,3 lembar per bulan atau 339 lembar per bulan (Lampiran 3).

*Paper bag 1* adalah sebutan untuk tas yang biasa digunakan oleh butik-butik dengan ukuran bermacam-macam, dari kecil hingga tanggung. Tas tersebut berasal dari bahan kertas yang sudah diproduksi sedemikian rupa dengan aneka macam finishing dll. Karena sangat bermacam-macam baik dari segi bentuk maupun jenis bahan dan sentuhan finishing-nya, maka *paper bag 1* dan *paper bag 2* tidak bisa pada satuan harga tertentu.

Dalam penelitian kali ini terhadap 100 responden didapatkan bahwa semua responden membutuhkan tas untuk mengemas produknya setelah dibeli oleh konsumen, namun 16% diantaranya tidak menggunakan tas kertas, melainkan terbuat dari kain atau kantong plastik, 84% menggunakan tas kertas ataupun memiliki keduanya dan dibagi seandainya hanya pembelian kecil menggunakan tas yang bukan terbuat dari kertas. Hal ini dikarenakan tas kertas memang harganya cenderung mahal, namun kelebihan tas kertas ini karena kelihatan lebih mewah serta butik tersebut bisa menaruh *brand minded* yang bisa menjadi iklan gratis berjalan bagi butik tersebut.

Dari 84% responden yang melakukan pemesanan terhadap tas kertas ini, 67% diantaranya memiliki 1 stan, 12% diantaranya memiliki 2 stan, 2% diantaranya memiliki 3 stan dan 3% diantaranya memiliki 4 stan. Atau dengan kata lain dari 84%, 79,76% diantaranya memiliki stan hanya 1 dan 20,24% memiliki butik lebih dari 1 stan.

Dapat diketahui bahwa 67 responden dari 82 responden yang memiliki 1 stan, 12 dari 13 responden memiliki 2 stan, serta sisanya yang memiliki 3 maupun 4 stan memesan tas kertas, dapat ditarik kesimpulan bahwa butik yang memiliki stan lebih dari 1 memiliki potensi yang sangat besar untuk memesan tas kertas.

Rata-rata penggunaan tas kertas ini adalah sebesar 289 pcs per bulannya (Lampiran 4) dimana 38,81% dari responden yang memiliki 1 stan memesan 1000 pcs dalam 1 x order, 8,96% memesan 1500 pcs dalam 1 x order, 2,98% memesan sebanyak 2500 pcs, 10,45% memesan 2500 pcs, 31,34% memesan sebanyak 3000 pcs, 7,46% memesan 5000 pcs.

*Paper bag 2* adalah tas kertas berukuran yang lebih besar, biasanya digunakan untuk pelanggan yang bersedia memborong produk-produk dalam jumlah lumayan. Tas kertas ukuran besar ini sangat bermacam-macam, disesuaikan dengan berat dan volume yang dibutuhkan. Tas kertas ukuran besar ini penggunaannya tergolong jarang, karena sedikit kemungkinan pelanggan membeli banyak item pada satu butik saja.

Dari 100% responden, terdapat 64% yang melakukan pemesanan terhadap tas kertas tersebut. 36% diantaranya mungkin hanya menggunakan 1 jenis ukuran saja.

Dari 100% responden yang melakukan pemesanan *paper bag* 2, 73,44% diantaranya memiliki hanya 1 stan, 18,74% memiliki 2 stan, 3,13% memiliki 3 stan, dan 4,69% memiliki 4 stan atau dengan kata lain 25,56% adalah butik yang melakukan pemesanan terhadap *paper bag* 2 serta memiliki butik lebih dari 1 stan.

*Hangtag* adalah label harga yang biasanya menempel dibaju, penggunaan *hangtag* itu sendiri sangat banyak, dimana ketika terdapat item baju baru sebanyak 1000 buah, belum tentu akan terjual semua, namun *hangtag* harus dipasangkan di satu per satu bajunya, sedangkan apabila terjadi perubahan harga maka *hangtag* ini akan diganti lagi.

*Hangtag* biasanya berukuran lebih kecil dari kartu nama, oleh karena itu dari segi harga pun relatif lebih murah.

Dari 100 responden, terdapat 91% yang melakukan pemesanan *hangtag*. Dari data tersebut diketahui bahwa sangat besar kebutuhan *hangtag* bagi sebuah butik, 9% diantaranya tidak membuat *hangtag*, mungkin menggunakan label stiker jadian atau lainnya. Dari 91% butik yang membutuhkan *hangtag* 80,22% memiliki 1 stan, 14,29% memiliki 2 stan, 2,2% memiliki 3 stan, 3,3% memiliki 4 stan atau dengan kata lain sebanyak 19,78% memiliki stan lebih dari 1 stan.

Sebuah butik bisa memesan hingga puluhan ribu lembar walaupun habis dalam waktu yang lumayan lama, dari butik yang memiliki 1 stan, 52,05% memesan 10000 pcs sekali pesan, 28,77% memesan 20000 pcs sekali pesan, 13,7% memesan 30000 pcs sisanya 5,48% memesan dengan jumlah 40000 pcs. Dilihat dari penggunaannya rata-rata pemakaian *hangtag* ini adalah 1205 lembar per bulannya.

Kebutuhan akan brosur ternyata tidak sebanyak kebutuhan akan *hangtag*, dari 100 responden, hanya terdapat 30 responden yang melakukan pemesanan terhadap brosur, brosur ini terpakai banyak ketika ada acara atau dalam masa promosi. Biasanya dalam 1 tahun, sebuah butik bisa memesan hingga 3 kali, namun banyak juga yang memesan hanya sekali atau dua kali saja. Dalam satu kali order biasanya sebuah butik memesan dalam jumlah tertentu yaitu 1000 lembar, 2000 lembar, dan 5000 lembar, sebanyak 60% melakukan pemesanan 1000 lembar dalam sekali pesan, 36,67% melakukan pemesanan 2000 lembar

dalam sekali pesan dan hanya 3,33% melakukan pemesanan 5000 lembar dalam sekali pesan. Dilihat dari penggunaannya rata-rata pemakaian *hangtag* ini adalah 175 lembar per bulan (Lampiran 5).

#### **4.1.1.2. Hasil Kuesioner pada Analisis Kejelasan Mengenai Kebutuhan**

##### **Pasar**

Kebutuhan pasar percetakan pada sebuah butik terbagi dalam beberapa pokok besar diantaranya kartu nama, *paper bag 1*, *paper bag 2*, *hangtag*, serta brosur. Peredaran butik di Surabaya paling banyak pada plasa-plasa. Oleh karena hal ini, dilakukan peninjauan secara langsung dengan menghitung total butik yang ada di plasa tersebut. Plasa yang ditinjau pun sudah ditentukan terlebih dahulu. Diketahui terdapat 6762 buah butik yang tersebar di 12 plasa di Surabaya.

Sebuah butik yang melakukan pemesanan kartu nama memiliki rata-rata kebutuhan sebanyak 399 lembar per bulan. Berarti *market size* kartu nama yang hanya ditujukan untuk butik saja sebanyak 2698038 lembar kartu nama setiap bulannya. Berapa persen *share* yang akan kita ambil dibahas pada subbab berikutnya. Sebuah butik yang melakukan pemesanan *paper bag 1* memiliki rata-rata kebutuhan sebanyak 289 lembar per bulan. Berarti *market size* kartu nama yang hanya ditujukan untuk butik saja sebanyak 1954218 lembar kartu nama setiap bulannya. Berapa persen *share* yang akan kita ambil dibahas pada subbab berikutnya.

Sebuah butik yang melakukan pemesanan *paper bag 2* memiliki rata-rata kebutuhan sebanyak 113 lembar per bulan. Berarti *market size* kartu nama yang hanya ditujukan untuk butik saja sebanyak 764106 lembar kartu nama setiap bulannya. Berapa persen *share* yang akan kita ambil dibahas pada subbab berikutnya.

Sebuah butik yang melakukan pemesanan *hangtag* memiliki rata-rata kebutuhan sebanyak 1205 lembar per bulan. Berarti *market size* kartu nama yang hanya ditujukan untuk butik saja sebanyak 8148210 lembar kartu nama setiap bulannya. Berapa persen *share* yang akan kita ambil dibahas pada subbab berikutnya. Sebuah butik yang melakukan pemesanan brosur memiliki rata-rata kebutuhan sebanyak 175 lembar per bulan. Berarti *market size* kartu nama yang

hanya ditujukan untuk butik saja sebanyak 1183350 lembar kartu nama setiap bulannya. Berapa persen *share* yang akan kita ambil dibahas pada subbab berikutnya.

#### **4.1.1.3. Hasil Kuesioner pada Analisis Keunggulan Kompetitor**

Pada kuesioner bagian ini, diharapkan responden memberikan alasannya faktor apa yang sebenarnya merupakan yang paling prioritas dalam menentukan percetakan manakah yang sebaiknya dipilih. Pilihan akan hal ini terlampir pada lampiran 1. Harga murah adalah harapan bagi semua kalangan agar bisa mendapat harga semurah mungkin, dengan hasil sebagus mungkin dan pelayanan secepat mungkin, namun apakah benar hukum ini bisa berlaku seiringan. Sering kali dalam sebuah pasar yang terjadi adalah apabila yang satu hal ditonjolkan, maka hal yang lain akan berbalik sebaliknya, sebagai contoh apabila mendapatkan harga termurah, kualitas produk tersebut tidak bisa terbaik, terdapat titik keseimbangan diantara semuanya.

Pada prakteknya, ketiga hal ini (harga, kualitas serta waktu) ternyata tidak sepenuhnya merupakan faktor utama, bisa jadi dikarenakan promosi yang tepat, bisa juga karena terdapat nilai tambah seperti cara pembayaran, bersedia memberikan fasilitas pengiriman. Bisa juga dengan dikarenakan faktor hubungan sosial contohnya teman atau saudara yang baru saja buka usaha serupa, pernah dengar dari teman-teman sekitar atau dikenalkan oleh saudara atau teman.

Hal ini sangat sering terjadi pada pasar pesaing sempurna dimana penjual dan pembeli sangat banyak jumlahnya sehingga tidak ada gunanya bersaing, ataupun tidak akan meraup keuntungan besar dari adanya bersaing. Seringkali sebuah percetakan yang sudah lama dan sudah banyak dikenal orang akan melejit menjadi percetakan besar seiring berjalannya waktu. Memang pada pasar pesaing sempurna akan berlaku hal demikian.

Dari 100 responden, didapatkan bahwa 43% memilih percetakan langganannya karena harga murah. 31% memilih percetakan langganannya karena kualitas terjamin. Kualitas terhadap hasil cetakan ini dipengaruhi oleh banyak hal, diantaranya bahan kertas yang dipakai, tinta, mesin yang digunakan, hasil finishing dan adalah penuh faktor produksi yang menentukan, sebagus sistem

manajemen apapun, kalau faktor produksinya tidak mendukung hasil kualitas yang bagus, maka sama saja kualitas tidak akan dikatakan terjamin.

Dari 100 responden, didapatkan bahwa 14% memilih percetakan langganannya karena pelayanan cepat dan tepat waktu. Pemesanan akan percetakan tidak bisa langsung jadi dalam waktu hitungan jam seperti layaknya digital printing yang ada. Biasanya percetakan dalam memproduksi order cetakan membutuhkan waktu sekitar 1 minggu, oleh karena itu sangat bijaksana apabila sebuah butik melakukan pemesanan ketika stok kebutuhannya masih bisa mencukupi selama beberapa minggu.

Dari 100 responden, didapatkan bahwa hanya 5% memilih percetakan langganannya karena koneksi atau referensi dari teman atau saudara. Dapat dilihat disini bahwa koneksi atau referensi tidak menjadi alasan bagi sebuah butik untuk memilih percetakan menjadi langganan.

Dari 100 responden, hanya 1% yang memilih percetakan langganannya karena sudah terkenal, memang terkenal merupakan jaminan bahwa percetakan tersebut memiliki nilai tambah. Namun ternyata responden yang memilih langganannya karena terkenal hanya 1% menandakan bahwa terkenal bukanlah alasan untuk memilih sebuah percetakan. Apabila pasar pesaing sempurna, memang seharusnya terkenal bersifat relatif. Biasanya percetakan yang dikatakan terkenal adalah yang sudah lama dikenal, karena hasil jadi ataupun harga dari setiap percetakan memiliki range tertentu dan produk yang dihasilkan bisa berasa sama satu percetakan dengan percetakan lainnya.

Dari 100 responden, terdapat 4% yang memilih percetakan karena bersedia datang, menemui, maupun mengantar. Dalam sisi ekonomi, seorang pembeli tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan serta waktu untuk memesan kebutuhan percetakannya.

Dari 100 responden, terdapat 3% yang memilih flexibel dalam pembayaran, artinya butik tersebut menghendaki adanya kredit yang diberikan oleh percetakan mengingat dana yang seharusnya dikeluarkan bisa digunakan untuk putaran usaha terlebih dahulu.

Dari 100 responden, diketahui bahwa butik yang mengenal langganannya melalui sarana iklan atau promosi yaitu sebesar 18%, angka ini

adalah prosentase terendah dibandingkan pengenalan melalui teman, kerabat atau saudara maupun seorang *sales* yang menawarkan jasa percetakan. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran dengan promosi tertentu memang bermanfaat, namun sangat kecil dibanding dengan cara-cara lainnya. Namun bagi percetakan yang masih baru serta belum dikenal orang memang perlu melakukan promosi.

Dari 100 responden, diketahui bahwa butik yang mengenal langganannya melalui teman/kerabat/saudara yaitu sebesar 49%, angka ini adalah prosentase tertinggi dibandingkan melalui cara-cara pengenalan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran dengan strategi dari mulut ke mulut memang sangat jitu digunakan. Terbukti dengan bisa berhasil hampir separuh responden yang ada, walaupun tidak semua responden melalui cara ini. Pada bahasan sebelumnya diketahui bahwa alasan prioritas pemilihan langganan percetakan bukan melalui koneksi, namun dengan didapatkan data ini, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa pada mulanya pengenalan sebuah percetakan adalah melalui cara ini. Waktu demi waktu berjalan sehingga tingkat prioritas tersebut berubah menjadi hal lainnya atau bisa jadi karena direferensikan oleh orang dekat sang pemilik, maka tidak ada salahnya untuk mencoba. Dengan harapan percetakan kenalan tersebut bisa lebih murah atau lebih bagus atau memiliki nilai tambah lainnya sehingga hal ini menjadi prioritas butik tersebut dalam memilih langganan percetakannya kemudian hari.

Dari 100 responden, diketahui bahwa butik yang mengenal langganannya melalui *Sales* yang datang menawarkan Produknya yaitu sebesar 33%, angka ini adalah prosentase yang juga harus diperhitungkan bagi percetakan pemula. Percetakan baru bisa dikatakan belum terkenal, sehingga percetakan tersebut harus bisa mengkomunikasikan percetakannya.

Strategi jemput bola ini lebih jelasnya akan dibahas pada subbab strategi pemasaran. Berdasarkan data di atas kita ketahui bahwa sebagian besar butik memulai mengenal percetakan langganannya ketika melalui koneksi atau *sales* yang datang menawarkan produknya dan sebagian kecil saja yang menanggapi melalui aneka promosi.

#### 4.1.1.4. Hasil Kuesioner pada Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan memberikan *rating* penilaian dari angka 1 hingga 7, bobot 1 berarti sangat penting dan urutan terakhir adalah yang paling tidak penting. Perhitungan tingkat *rating* tersebut bisa dilihat pada Lampiran 40.

Tabel 4.1. Tingkat Rating Masing Indikator

Rating	Nilai Rata-rata
Harga murah	2,04
Kualitas tejamin	2,41
Pelayanan cepat dan tepat waktu	3,82
Koneksi /referensi	4,61
Terkenal	3,99
Bersedia menemui, datang dan antar	4,96
Flexibel dalam pembayaran	6.15

Semakin kecil nilai rata-rata tersebut, maka semakin penting dipilih oleh sebuah butik dalam menentukan percetakan. Dapat dilihat nilai terkecil adalah harga murah dan yang paling tidak penting adalah flexibel dalam pembayaran.

Dengan demikian pilihan yang memiliki nilai kurang dari rata-rata adalah nilai yang harus diperhatikan dalam strategi pemasaran, diantaranya harga murah, kualitas terjamin, pelayanan cepat dan tepat waktu serta terkenal. Dominasi hasil penilaian ini adalah harga murah, oleh karena itu harga murah akan menjadi acuan penting dalam strategi pemasaran. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa *market size* item per bulan percetakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2. *Market Size* Setiap Kebutuhan Percetakan

Item kebutuhan	<i>Market size</i>
Kartu nama	2698038
<i>Paper bag 1</i>	1954218
<i>Paper bag 2</i>	746106
<i>Hangtag</i>	8148210
Brosur	1183350

Dari banyaknya jumlah kebutuhan di pasar potensial tersebut, maka kesimpulannya pasar percetakan sangat menjanjikan. Seberapa besar *share* yang bisa kita ambil, akan ditinjau pada analisis strategi pemasaran.

#### 4.1.2. Perhitungan Pasar Potensial

Di Surabaya terdapat 6762 buah butik yang tersebar di 12 plasa paling berpotensi di Surabaya. Seandainya apabila ditelusuri satu per satu disetiap sudut kota mungkin terdapat banyak butik yang apabila dijumlahkan bisa mencapai puluhan ribu butik dari hanya stan baju pinggir jalan maupun dalam sebuah pertokoan, dari yang membutuhkan percetakan sampai yang hanya jual dengan dibungkus koran saja. Namun untuk mendapatkan perhitungan yang akurat, perhitungan pasar potensial langsung dilakukan pada titik-titik potensial kota Surabaya. Dengan begitu sebanyak 6762 buah butik bisa dijadikan acuan atau nilai sebagai pasar potensial percetakan ini.

#### 4.1.3. Perhitungan Pasar Potensial Efektif

Pasar potensial efektif ini adalah jumlah pasar yang ditargetkan benar-benar bisa menjadi pelanggan dikemudian hari. Dari populasi yang ada, diketahui bahwa probabilitas butik yang mengenal percetakan pertama kali serta melalui teman/kerabat/saudara sebesar 49%. Kemudian probabilitas sebuah butik yang memilih langganannya dengan alasan terkenal dan koneksi atau referensi adalah sebesar 6%, serta probabilitas sebuah butik yang memilih langganannya dengan alasan terkenal dan koneksi atau referensi sebagai dasar pemilihan sebuah butik akan percetakan adalah sebesar 25%. Oleh karena itu perhitungan pasar potensial efektif adalah:

$$6762 \text{ butik} \times (1-49\%) \times (100\%-6\%) \times (100\%-25\%) \\ = 2431,27 \text{ butik} \approx 2431 \text{ butik}$$

Oleh karena pasar pesaing sempurna, maka permintaan pasar akan ditinjau dari seberapa percepatan sebuah percetakan hingga bisa dikatakan memiliki *share market* yang layak diperhitungkan. Pembahasan ini akan dibahas pada strategi pemasaran.

#### 4.1.4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat diperlukan dalam merancang studi kelayakan bisnis percetakan. Karena dalam strategi pemasaran inilah ujung tombak suatu

perusahaan sebenarnya, tidak akan ada perusahaan yang berkembang tanpa memiliki pasar, sedangkan dalam merebut pasar itu sendiri diperlukan cara atau suatu strategi. Strategi pemasaran meliputi *segmentation*, *targeting*, penentuan *positioning*, serta nilai tambah dibanding percetakan lainnya.

#### **4.1.4.1. *Segmentation***

*Segmentation* terbagi dalam beberapa hal, secara geografik akan dipilih segmen kota Surabaya, berdasarkan demografiknya akan dipilih segmen butik yang berada di plasa, berdasarkan psikografik dipilih kelas menengah atas, selanjutnya berdasarkan perilaku maka akan dipilih butik yang berpotensi memesan kebutuhan percetakan. Oleh karena itu bisa kita simpulkan bahwa *Segmentation* kali ini tidak lain adalah butik-butik di Surabaya yang membutuhkan jasa percetakan dan yang memiliki sasaran market kelas menengah atas. Selanjutnya dilakukan perhitungan secara langsung yang menyebutkan bahwa pada tanggal 5 maret 2009, jumlah butik yang berpotensi besar sebagai pelanggan percetakan adalah sebesar 6762 butik yang tersebar antara lain:

- Galaxi Mall : 378 butik
- Tunjungan Plasa : 1658 butik
- Plasa Surabaya : 97 butik
- ITC Mega Grosir : 393 butik
- Surabaya Town Square : 43 butik
- Pakuwon Trade Center : 657 butik
- Supermall : 72 butik
- Pasar Atum : 2176 butik
- Royal Plasa : 895 butik
- BG Junction : 93 butik
- City Of Tomorrow : 86 butik
- Pusat Grosir Surabaya : 214 butik

#### **4.1.4.2. *Targeting***

Segmantasi utama usaha ini sudah ditentukan yaitu butik pada plasa kelas menengah atas yaitu sebanyak 6762 butik. Pemasaran yang dipilih dalam

penelitian kali ini adalah pemasaran serba sama dimana pemasaran dalam hal ini tidak ada perbedaan. Prioritas pemasaran akan dipilih pada tempat yang memiliki potensi terbesar, serta agar memudahkan dan mempercepat transaksi, diharapkan *sales* bertemu langsung dengan pemilik. Oleh karena itu, pilihan jatuh pada Pasar Atom dengan 32,17% total pasar potensial yang ada.

Pemasaran di dalam Pasar Atom sendiri akan terus gencar dilakukan hingga 10% *share* didapatkan. Total stan butik pada Pasar Atom sebanyak 2176 stan, sehingga 10% dari *share* adalah sebanyak 218 stan butik.

Dapat dilihat bahwa probabilitas terbesar sasaran market para butik adalah perempuan sebanyak 64% dan dan berikutnya adalah umum sebanyak 28%, oleh karena itu, dalam memenuhi 10% market share di Pasar Atom diharapkan sasaran utama yang dituju adalah butik dengan sasaran market perempuan atau umum.

Apabila seorang sales ditargetkan memasuki 20 stan setiap harinya dan ditargetkan separuhnya akan melakukan order, maka setiap harinya akan ditargetkan 10 stan. Dengan demikian dalam 22 hari kerja, target pertama akan terpenuhi. Karena dalam 1 bulan sama dengan 25 hari kerja, maka pertama ini akan dibulatkan menjadi selama 1 bulan.

Berikutnya adalah Royal Plasa. Plasa ini dipilih karena kemungkinan sang pemilik masih banyak disana dan plasa ini memiliki potensi pasar sebesar 13,23% dari total. Pemasaran didalam Royal Plasa sendiri akan terus gencar dilakukan hingga 10% *share* didapatkan. Total stan butik pada Royal Plasa sebanyak 895 stan, sehingga 10% dari *share* adalah sebanyak 90 stan butik. Selanjutnya pemasaran dilanjutkan pada rute ketiga.

Dapat dilihat bahwa probabilitas terbesar sasaran market para butik adalah perempuan sebanyak 64% dan dan berikutnya adalah umum sebanyak 28%, oleh karena itu, dalam memenuhi 10% *share market* di Royal Plasa diharapkan sasaran utama yang dituju adalah butik dengan sasaran market perempuan atau umum.

Apabila seorang sales ditargetkan memasuki 20 stan setiap harinya dan ditargetkan separuhnya akan melakukan order, maka setiap harinya akan ditargetkan 10 stan. Dengan demikian dalam 9 hari kerja, target kedua akan

terpenuhi. Karena dalam 2 minggu sama dengan 12 hari kerja, maka rute kedua ini akan dibulatkan menjadi selama 2 minggu.

Berikutnya adalah Pakuwon Trade Center. Plasa ini dipilih karena kemungkinan sang pemilik masih banyak disana dan plasa ini memiliki potensi pasar sebesar 9,7% dari total. Pemasaran didalam Royal Plasa sendiri akan terus gencar dilakukan hingga 10% *share* didapatkan. Total stan butik pada Royal Plasa sebanyak 657 stan, sehingga 10% dari *share* adalah sebanyak 66 stan butik. Barulah setelah itu memasuki rute selanjutnya.

Dapat dilihat bahwa probabilitas terbesar sasaran market para butik adalah perempuan sebanyak 64% dan dan berikutnya adalah umum sebanyak 28%, oleh karena itu, dalam memenuhi 10% share market di Royal Plasa diharapkan sasaran utama yang dituju adalah butik dengan sasaran market perempuan atau umum.

Sebuah perusahaan yang baru berdiri tidak bisa menjadi besar langsung atau instan, semua pasti memiliki percepatan, namun tingkat percepatan yang satu dan lainnya tentu berbeda-beda. Oleh karena itu berikut target pemasaran masing item kebutuhan percetakan dengan target percepatan tertentu.

Apabila seorang sales ditargetkan memasuki 20 stan setiap harinya dan ditargetkan separuhnya akan melakukan order, maka setiap harinya akan ditargetkan 10 stan. Dengan demikian dalam 7 hari kerja, target rute 3 akan terpenuhi. Karena dalam 2 minggu sama dengan 12 hari kerja, maka rute 3 ini akan dibulatkan menjadi selama 2 minggu.

Selanjutnya akan digilir pada masing-masing plasa setiap seminggu 1 kali, asalkan dengan kondisi sama bahwa ditargetkan dalam 1 hari mendapati 10 stan yang melakukan order. Total dari plasa yang belum dikunjungi sebanyak 9 plasa, dengan target 1 plasa baru diberi waktu 1 minggu, dengan asumsi tidak memperhitungkan berapa persen share yang bisa didapat, maka diperlukan waktu selama 9 minggu.

Setelah selesai melakukan urutan kinerja di atas, maka diharapkan pengenalan akan percetakan sudah mulai dikenal. Hanya perlu melakukan pemeliharaan pelanggan serta menambah share market dari hari ke hari. Pertumbuhan akan share market ini diharapkan bisa 1% setiap bulannya.

Kartu nama memiliki *market size* sebanyak 2698038 lembar setiap bulannya. Satuan order kartu nama ini adalah kelipatan 500 lembar. Maka *market size* bisa dikatakan juga sebanyak 5396 satuan order. Dalam sekali naik cetak dibutuhkan 63 nama atau 63 satuan order (lampiran 5), oleh karena itu dengan kata lain *market size* adalah sebanyak 85 x naik cetak dalam 1 bulan.

*Targeting* rute pertama adalah sebanyak 218 butik dengan probabilitas pemesanan kartu nama sebesar 100%, maka apabila target pertama terpenuhi maka terdapat 218 order kartu nama dalam 1 bulan. Berikutnya pada rute kedua, dalam 2 minggu pertama *targeting* sebanyak 90 order kartu nama, dan 2 minggu berikutnya mendapat 66 order kartu nama. Selanjutnya pada rute 3, bisa mendapat 540 order dalam waktu 9 minggu atau dalam 2 bulan lebih 1 minggu, dan terakhir barulah peningkatan *share* dari masing plasa secara bergilir yang diharapkan akan menambah 1% dari *targeting* yang sudah ada.

*Paper bag 1* memiliki *market size* sebanyak 1954218 lembar setiap bulannya. Satuan order *paper bag 1* ini jumlahnya bermacam-macam (1000, 1500, 2000, 2500, 3000, 5000,10000). *Targeting* pertama adalah sebanyak 218 butik dengan probabilitas pemesanan *paper bag 1* sebesar 84%, maka apabila target pertama terpenuhi maka terdapat 183 order *paper bag 1* dalam 1 bulan.

Berikutnya pada rute berikutnya, dalam 2 minggu pertama *targeting* sebanyak 76 order *paper bag 1*, dan 2 minggu berikutnya mendapat 55 order *paper bag 1*. Selanjutnya pada rute 3, bisa mendapat 453 order dalam waktu 9 minggu atau dalam 2 bulan lebih 1 minggu, dan terakhir barulah peningkatan *share* dari masing plasa secara bergilir yang diharapkan akan menambah 1% dari *targeting* yang sudah ada.

*Paper bag 2* memiliki *market size* sebanyak 746106 lembar setiap bulannya. Satuan order *paper bag 2* ini jumlahnya bermacam-macam (1000, 1500, 2000, 2500, 3000, 5000). *Targeting* pertama adalah sebanyak 218 butik dengan probabilitas pemesanan *paper bag 2* sebesar 64%, maka apabila target pertama terpenuhi maka terdapat 140 order *paper bag 2* dalam 1 bulan.

Berikutnya pada rute kedua, dalam 2 minggu pertama *targeting* sebanyak 58 order *paper bag 2*, dan 2 minggu berikutnya mendapat 42 order *paper bag 2*. Selanjutnya pada rute 3, bisa mendapat 346 order dalam waktu 9

minggu atau dalam 2 bulan lebih 1 minggu, dan terakhir barulah peningkatan share dari masing plasa secara bergilir yang diharapkan akan menambah 1% dari *targeting* yang sudah ada.

*Hangtag* memiliki *market size* sebanyak 8148210 lembar setiap bulannya. satuan order *hangtag* ini jumlahnya bermacam-macam (10000, 20000, 30000, 40000, 50000). *Targeting* pertama adalah sebanyak 218 butik dengan probabilitas pemesanan *hangtag* sebesar 91%, maka apabila target pertama terpenuhi maka terdapat 198 order *hangtag* dalam 1 bulan.

Berikutnya pada kedua, dalam 2 minggu pertama *targeting* sebanyak 82 order *hangtag*, dan 2 minggu berikutnya mendapat 60 order *hangtag*. Selanjutnya pada rute 3, bisa mendapat 491 order dalam waktu 9 minggu atau dalam 2 bulan lebih 1 minggu, dan terakhir barulah peningkatan share dari masing plasa secara bergilir yang diharapkan akan menambah 1% dari *targeting* yang sudah ada.

Brosur memiliki *market size* sebanyak 1183350 lembar setiap bulannya. Satuan order brosur ini jumlahnya bermacam-macam (10000, 20000, 30000, 40000, 50000). *Targeting* pertama adalah sebanyak 218 butik dengan probabilitas pemesanan brosur sebesar 30%, maka apabila target pertama terpenuhi maka terdapat 65 order brosur dalam 1 bulan.

Berikutnya pada kedua, dalam 2 minggu pertama *targeting* sebanyak 27 order brosur, dan 2 minggu berikutnya mendapat 20 order brosur. Pada rute 3, bisa mendapat 162 order dalam waktu 9 minggu atau dalam 2 bulan lebih 1 minggu, dan terakhir barulah peningkatan *share* dari masing plasa secara bergilir yang diharapkan akan menambah 1% dari *targeting* yang sudah ada.

#### **4.1.4.3. Positioning**

*Positioning* merupakan perencanaan yang sangat penting dalam menentukan langkah selanjutnya yang akan ditempuh. *Positioning* ini serupa dengan anggapan pasar mengenai percetakan tersebut. Apakah percetakan tersebut bisa dikatakan layak dihargai atau tidak. Oleh karena itu *positioning* akan di arahkan untuk mampu memberikan segala pilihan terbaik bagi konsumen, memberikan ide cemerlang terhadap aneka produk percetakan, membuat konsumen merasa bisa membuat apapun dengan harga berapapun. Master dari

percetakan. Bukan sebuah percetakan besar ataupun percetakan yang sangat terkenal, tetapi sebagai percetakan yang ramah konsumen, membuat alternatif ide-ide cemerlang.

Memberikan pilihan yang terbaik bagi konsumen adalah sikap bagi setiap dari elemen percetakan tersebut harus berusaha keras dan bisa merasakan kebutuhan konsumen seakan kebutuhannya juga. dan dasar-dasar keputusan konsumen seakan-akan berpindah sementara kepada anggota percetakan tersebut. Dari sana anggota percetakan tersebut bisa memberikan alternatif terbaik bagi konsumen. Setiap elemen percetakan memberikan pengertian serta masukkan bagi konsumen, terbuka bagi konsumen sehingga memberikan ide cemerlang terhadap aneka produk percetakan, sebagai contoh tas kertas butik gitano hanya terbuat dari kertas craft dan dicetak 1 warna, dari segi kertas menggunakan bahan yang murah, cetakan warna coklat tua saja menghemat biaya cetak dan film selanjutnya tali tas yang terbuat dari tali putih yang sebenarnya murahan. Namun setelah melihat hasil jadinya, kombinasinya pas, terkesan alami, hal inilah yang akan ditonjolkan percetakan tersebut.

Membuat konsumen merasa bisa membuat apapun dengan harga apapun artinya disini bahwa sebuah percetakan harus bisa paham benar berapa *budget* yang tersedia oleh konsumen, dengan kita mengetahui budgetnya atau plafon harga akan kebutuhan percetakan tersebut maka sangat mudah membina hubungan kekeluargaan dengan konsumen.

*Master of printing* disini artinya bagaimana sebuah percetakan harus bisa benar-benar menguasai teknik dari sebelum cetak hingga proses finishing. Sebagai contoh kemasan berat seperti spare part kendaraan tidak bisa dibungkus dengan karton, bisanya dengan kardus yang memiliki gelombang. Sedangkan apabila konsumen ingin menampilkan gambar secara jelasnya, padahal kardus tidak bisa dicetak, bisanya disablon atau printing (biaya sangat mahal). Sebagai percetakan harus memiliki strategi khusus seperti mencetak dulu pada karton, sementara kardus dibuat lembaran terlebih dahulu. Kertas hasil cetakan diberi lem dan dilekatkan perlahan pada kardus tersebut, kemudian barulah diplong. Pada kardus biasanya tidak diplong, melainkan ada gergaji atau mesin khususnya. Jadi terlihat bahwa disini bagaikan menggabungkan 2 teknik dalam hal berbeda sekaligus.

#### **4.1.4.4. Nilai Tambah Dibanding Percetakan Lainnya**

Nilai tambah percetakan ini dengan percetakan lainnya akan lebih dititikberatkan pada ketrampilannya, seperti yang dikatakan pada posisi percetakan dipasar. Jadi nilai utama dari percetakan ini bukan hanya lebih murah, atau lebih kualitas atau bukan juga pelayanan cepat dan yang lainnya seperti kebanyakan percetakan yang melakukan hal tersebut namun sia-sia juga akhirnya. Percetakan ini memberikan nilai yang tidak diberikan oleh percetakan-percetakan lainnya yaitu inovasi, menggabungkan teknik mencetak, sablon, *packaging*, kain hingga desain yang baik.

#### **4.2. Pengolahan dan Analisis Data Aspek Teknis**

Setelah kita meninjau aspek pasar, aspek yang tidak kalah pentingnya adalah aspek teknis, pada aspek ini, akan dibahas kegiatan percetakan dari produksi hingga prosedur penerimaan order hingga cara penagihan ke konsumen.

#### **4.2.4. Proses Produksi Percetakan**

Percetakan adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan seni warna yang dioleskan pada kertas dalam jumlah banyak dan menghasilkan karya seni yang cenderung konstan. Sedangkan hal-hal yang berkaitan dalam kegiatan percetakan itu sendiri masih terbagi dalam kegiatan pra cetak, perlakuan pada mesin serta *finishing*.

Mesin cetak sangat bermacam-macam dibedakan dari tipe, ukuran maksimal area kertas serta tahun pembuatannya. Hal ini dikarenakan betapa mahalnya mesin cetak yang benar-benar keluaran baru. Memang kondisi percetakan di Indonesia tidak menuntut hasil yang benar-benar konstan. Sebagai contoh apabila anda memperhatikan uang kertas kita, terlihat sekali pada pecahan uang Rp.50.000,- bahwa warna dasar biru yang dikombinasikan apabila dilihat dengan seksama maka terlihat ketidakstabilan warna tersebut. Memang ketidakstabilan warna ini tidak begitu mencolok atau masih dalam batas toleransi.

Kegiatan pra cetak meliputi kegiatan penerimaan desain dari konsumen hingga proses film, pemotongan kertas. Sedangkan kegiatan mencetak dimulai

dari pencucian rol, pengadukan tinta dan mesin jalan hingga mesin selesai. Sedangkan proses *finishing* bermula ketika hasil cetakan jadi sudah kering, bisa dikemas atau diproses selanjutnya tergantung order yang ada.

Prinsip kerja mesin cetak adalah menghantarkan tinta dari bak tinta diaduk dengan rol karet menuju plat yang menempel pada impresen. Dari sana tinta yang menempel pada plat dipindahkan pada blanket yang kemudian terakhir dibawa ke kertas, agar kertas hasil jadi yang satu dengan yang berikutnya tidak terjadi *set off* (tinta menempel pada halaman belakangnya) maka perlu ditambahkan *powder* kertas yang dikeluarkan pipa *spray* pada meja depan mesin.

#### 4.2.1.1. Kegiatan Pra Cetak

Kegiatan pra cetak bermula ketika konsumen memberikan desain berupa CD atau *flash disk*, hingga mesin siap dioperasikan. Kegiatan ini meliputi:

##### a. *Re-Layout*

*Re-layout* adalah proses menyusun kembali desain yang kurang benar ataupun melakukan pengecekan apakah tidak terjadi missing font, gambar kabur dan kemudian ditata berjajar atau bersilangan disesuaikan dengan area cetak mesin. Proses *Re-layout* tersebut dilakukan oleh seorang desain grafis dengan perlengkapannya berupa 1 set komputer (monitor, keyboard, speaker, CPU), scanner, printer, meja komputer. Sedangkan perlengkapan yang dibutuhkan adalah bolpen, CD, *flash disk*, dan 1 buah papan tulis khusus.

##### b. Film

Proses selanjutnya adalah pembuatan film atau klise cetak. Film ini biasanya dibuat diluar percetakan. Hal ini dikarenakan 1 lembar film bisa keluar dalam waktu sekitar 10 menit, padahal pada mesin cetak, 1 film bisa terpakai berjam-jam. Hampir setiap percetakan tidak memiliki mesin film tersebut. Disamping tidak efektif juga tidak ekonomis dari segi modal pembelian alatnya beserta penyusutannya serta pemakaian listrik hingga 7000 watt. Sedangkan mesin cetak saja hanya 2500 watt. Hasil dari *Re-layout* kemudian diberi register warna pada keempat sisinya. Bisa ditunjukkan hasil cetakan yang sudah jadi terdapat register berupa kotak-kotak warna.



Gambar 4.1. Gambar Register Cetakn Pada Sampel Kertas yang Sudah Dicitak.

Kemudian hasil jadi film tersebut akan dikirimkan kepada percetakan tersebut. Berikut adalah contoh gambar dari sebuah film cetak:



Gambar 4.2. Contoh Klise Film Cetak

Dokumen diambil dari Djatimas offset–printing, Film majalah Farmacon–Ubaya fak Farmasi. Film sebenarnya merupakan mika transparan yang memiliki tingkat resolusi tertentu, apabila dilihat dari dekat, maka film sebenarnya tidak solid melainkan berbintik–bintik.

c. Plat

Proses berikutnya adalah menempelkan film pada plat. Plat sendiri sebelum terpakai berwarna hijau, dan kemudian setelah terproses maka bahan kimia berwarna hijau tersebut rontok, dan hanya bagian yang tidak terkena sinar saja yang tidak rontok. Proses ini dilakukan di meja koreksi, dimana pada meja tersebut dilakukan pengecekan akhir sebelum dicetak dan berikutnya film ditempelkan pada plat. Penempelan harus berada di ruangan yang tidak terkena sianar matahari ataupun sinar lampu berlebih. Kemudian plat dibawa ke dalam *plat maker* untuk disinari dengan lampu halogen selama 3 menit kemudian plat diambil, film dipisahkan dengan platnya. Dan proses terakhir adalah pencucian plat yang setelah disinari dengan campuran air dan developer dengan perbandingan 1 liter developer bercampur dengan 20 liter air. Cairan ini sebenarnya tidak berbahaya dan warnanya transparan, sehingga aman bagi lingkungan. Namun demikian, cairan ini akan terpakai terus sehingga tidak terbuang. Plat yang sudah dicuci dengan developer harus dibilas dengan air dan kemudian dikeringkan selama kurang lebih 30 menit. Setelah itu plat siap digunakan. Berikut adalah contoh plat yang sudah dikeringkan:



Gambar 4.3. Contoh Plat Cetak

#### 4.2.1.2. *Machine Time*

Kegiatan *machine time* dimulai ketika plat yang siap dicetak sudah tersedia dan operator siap mengganti plat yang lama dengan plat yang baru. Hingga mesin selesai beroperasi dan meja hasil jadi sudah siap digunakan untuk hasil cetakan lainnya. Mengenai jalannya mesin cetak akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Pembersihan mesin dan persiapan jalannya mesin

Setelah plat dinyatakan benar-benar kering, maka pertama-tama plat dimasukkan ke dalam impresen mesin, kemudian tinta diaduk dan dimasukkan kemudian mencampur fountain secukupnya pada bak air yang berguna untuk mencuci impresen tersebut. Kertas yang akan dicetak segera dipotong dan disiapkan pada meja cetak hasil mentah, stoper dan roda jalannya kertas serta takaran turunnya tinta, ketebalan impresen, jarak area kertas pada meja, kecepatan rol air diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan hasil karya yang indah. Proses ini bisa memakan waktu sekitar 10 menit setiap warnanya.

b. *Test drive* cetak

Proses selanjutnya adalah mencoba apakah hasil settingan tersebut sudah pas, atau dengan kata lain sudah sempurna hasilnya. Tentu percobaannya dengan mencoba langsung jalan pada mesin namun hanya per 50 lembar saja. Proses ini menghabiskan sekitar 50 lembar kertas setiap warnanya. Proses ini memakan waktu sekitar 10 menit.

c. Proses Mencetak

Apabila hasil percobaan sudah sesuai dengan yang diinginkan, maka cetakan siap dijalankan. Namun harus segera dijaga baik menjaga terjadinya jumper (kertas double) atau warna yang meluber dikarenakan rol air kemungkinan kekurangan fountain atau sebaliknya. Hasil jadi akan tertumpuk pada meja hasil jadi.

d. Proses penurunan hasil cetakan

Hasil cetakan yang sudah selesai diturunkan, didiamkan dahulu sela sekitar 10 menit agar tidak terjadi *set off* (penempelan antar halaman), sambil sang

operator melakukan proses pencucian tinta, memasang plat, memotong kertas, dsb.

#### **4.2.1.3. *Finishing***

Berikutnya adalah proses finishing, hal ini sangat tergantung pada sejauh mana order tersebut akan diproses. Apabila setelah dicetak, hasil langsung sudah bisa dikirimkan ke konsumen, maka *finishing* terakhir adalah dengan mengepak serapi mungkin dengan hitungan jumlah tertentu.

#### **4.2.4. Peninjauan Manajemen**

Manajemen adalah sesuatu yang mengendalikan suatu proses. Proses dalam percetakan terbagi dalam 2 hal diantaranya manajemen didalam produksi serta manajemen proses birokrasinya. Untuk memastikan agar percetakan tersebut bisa bertumbuh pesat, diperlukan manajemen yang bagus.

#### **4.2.2.1. Form dan Sistem Akuntansi**

Setelah mengetahui flow chart proses dari awal customer order hingga penagihan, maka bisa ditinjau form apa sajakah yang dibutuhkan. Form ini berfungsi sebagai alat bantu agar memudahkan dalam pencatatan, pengkoordinasian serta pengarsipan. Mengingat percetakan bukanlah sebuah industri yang besar ataupun rumit, maka sistem akuntansi menggunakan program microsoft excel 2003 saja sudah cukup. Berikut adalah form yang dibutuhkan demi kelancaran usaha percetakan:

- a. Aneka Form Birokrasi:
  - Form Planning order
  - Form spesifikasi order dan harga
  - Form planning order harian
- b. Aneka Form Keuangan:
  - Buku piutang
  - Buku hutang
  - Buku kas
  - Buku kas di bank

- Nota penagihan
  - Buku pengeluaran operational
- c. Aneka Form Produksi:
- Form *budgeting-schedulling*
  - Form SPK Produksi
  - Form planing dan hasil proses
  - Form inventori stok
  - Form pengarsipan
- d. Aneka Form Eksternal:
- Form *purchase order*
  - Form SPK Suplier

#### 4.2.2.2. Manajemen Kontrol Lapangan

Pengendalian lapangan bisa ditinjau melalui form–form yang sudah dibuat, yang akan terbagi dalam beberapa bagian:

a. Proses *customer*–birokrasi

Proses ini bermula ketika customer ingin memberikan order, namun tentu dengan pertimbangan–pertimbangan tertentu sehingga banyak alternatif yang akan muncul. Banyak ide yang bisa hadir saat itu, oleh karena itu disediakan form planing order, dalam form tersebut tertuang alternatif–alternatif yang belum dipilih. Serta sifatnya belum pasti melakukan pemesanan dengan spesifikasi tersebut. Melihat dari penggunaannya, maka form ini sebaiknya menggunakan rangkap 2. Selanjutnya apabila sudah ditentukan alternatif manakah yang dipilih, berikutnya form spesifikasi dan harga akan diisi oleh sales percetakan tersebut. Oleh karena itu, form ini harus memiliki 3 rangkap, 1 untuk customer, 1 untuk produksi dan 1 untuk arsip. Proses cetak akan dijalankan sesudah desain dan uang muka diterima. Hal terakhir yang harus ditanyakan sales percetakan tersebut adalah kapan perkiraan kebutuhan tersebut akan habis, sehingga dikemudian hari seorang sales bisa mengingatkan customernya.

b. Proses birokrasi–produksi

Sesudah form spesifikasi dan order dibuat, selanjutnya order tersebut dicatat dalam buku piutang, uang muka yang masuk dicatat dalam buku kas. Kemudian dibuatlah form budgeting dan scedjuling (rangkap 2) serta form SPK produksi (rangkap 2).

c. Proses produksi–birokrasi

Sesudah form *budgeting* dan *schedulling* dan form SPK produksi dibuat, berikutnya adalah memeriksa kelengkapan bahan baku pada form inventori stok (rangkap 1), apabila kebutuhan produksi dirasa menipis, maka akan diterbitkan form *Purchase order* (rangkap 2). Sedangkan untuk pembuatan film atau proses *finishing* yang tidak diproduksi sendiri akan dibuat form SPK supplier (rangkap 2). Kegiatan sebelum dan sesudah proses mencetak selesai akan dicatat dalam form planning dan hasil proses (rangkap 1). Pembelian kepada supplier akan dicatat dalam buku hutang yang apabila terlunasi akan dicatat pada buku kas. Namun semua pengeluaran opertional pada periode tersebut harus dicatat pada buku pengeluaran operational.

d. Proses birokrasi–*customer*

Apabila proses cetak sudah benar–benar selesai, maka proses terakhir produksi adalah packing. Setelah itu, barang akan diantar ke konsumen atau konsumen yang akan ambil, disiapkan nota penagihan atau invoice (rangkap 3), dan apabila penagihan lunas maka akan dicatat pada buku piutang serta buku kas. Apabila buku kas dirasa sudah banyak, bisa dipindahkan pada buku kas bank. Semua arsip yang ada disimpan dan dicatat dalam form pengarsipan. Yang akan diarsip antara lain, form, film dan plat.

#### 4.2.2.3. Kebutuhan Tenaga Kerja serta *Job Description*-nya

Tenaga kerja pada awal mula berdirinya percetakan tersebut tidak perlu banyak karyawan, apa yang bisa dirangkap akan dirangkap terlebih dahulu. Apabila karyawan tersebut sudah memiliki jam kerja di atas 70% barulah akan dicari karyawan baru yang dengan pembagian tugas tertentu kembali. Untuk itu, pada awal mula berdirinya percetakan ini dibutuhkan karyawan serta *Job description* masing karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Administrasi dan supervisor
  1. Wewenang:
    - Menentukan jadwal prioritas produksi
    - Melakukan pembelian perlengkapan percetakan
  2. Tanggung jawab:
    - Semua proses pencatatan dalam administrasi
    - Scheduling produksi, pembelian, supplier harus terkendali
    - Menyiapkan penagihan ke customer
    - Control terhadap proses kerja, jangan sampai terjadi kesalahan
    - Memantau masing bagian yang lain
    - Menjaga agar tidak terjadi kehilangan di setiap bagian dalam percetakan
- b. Operator mesin cetak
  1. Wewenang:
    - Menentukan warna yang dicetak terlebih dahulu dalam 1 order
    - Sebagai kepala koordinasi kecil terhadap kernet untuk membantu tugas-tugasnya
  2. Tanggung jawab:
    - Mencetak dengan hasil yang maksimal atau sesuai dengan permintaan customer
    - Menjaga atau merawat semua mesin yang ada, termasuk dalam hal kebersihan (5 R, Rajin, Rawat, Resik, Ringkas, Rapi)
    - Menjaga semua barang yang ada dalam produksi agar tidak terjadi kehilangan atau kecerobohan.
- c. Kernet mesin cetak
  1. Wewenang:
    - Diberikan wewenang oleh operator cetak sebagai contoh untuk memotong kertas, menyiapkan film, dsb.
  2. Tanggung jawab:
    - Melaksanakan semua yang diperintahkan operator cetak dengan baik dan benar
    - Ikut serta menjaga pemeliharaan mesin

d. Kurir atau tukang kirim

1. Wewenang:

- Mengirim dan menagih barang yang hendak dikirim atas persetujuan administrasi.
- Menentukan arah perjalanan manakah yang dipilih pertama kali agar lebih menghemat biaya

2. Tanggung jawab:

- Atas segala kehilangan barang atau uang selama pengiriman

e. *Sales*

1. Wewenang;

- Menentukan harga jual ke konsumen, namun tetap dengan harga patokan jual tertentu
- Memutuskan stan butik manakah yang hendak dijadikan konsumen

2. Tanggung jawab:

- Memenuhi target dalam mendapatkan konsumen
- Membantu konsumen memberikan ide serta pemilihan keputusan yang terbaik
- Menginformasikan semua yang didapat kepada administrasi sehingga administrasi bisa meneruskan perintah kepada produksi

f. Desain grafis

1. Wewenang:

- Berkreasi sesuai dengan seni seorang desain grafis tersebut asalkan desain tersebut disukai dan disetujui oleh konsumen.

2. Tanggung jawab:

- Terhadap segala kesalahan yang diakibatkan oleh desain.

**4.2.2.4. Kriteria Penarikan Karyawan Baru**

Apabila dilihat dari jumlah karyawan yang diperlukan, yaitu dengan jumlah 6 orang saja, maka berikut kriteria penarikan karyawan:

a. Administrasi dan supervisor

Dibutuhkan seorang perempuan diharapkan memiliki ketelitian yang tinggi serta memiliki kelincahan dan kecerdasan. Oleh karena itu syarat

penarikannya adalah : perempuan, lulusan minimal S1 Teknik Industri IPK > 3.00, jujur, ramah, bisa menguasai komputer, memiliki kendaraan pribadi.

b. Operator mesin cetak

Dibutuhkan seorang pria tukang cetak yang berpengalaman lama dengan kemampuan juga sebagai teknisi yang handal. Oleh karena itu kriteria penilaiannya adalah pria, pengalaman minimal 3 tahun dalam mengoperasikan mesin cetak, bisa menghasilkan hasil cetakan yang bagus, bisa sebagai teknisi handal.

c. Kernet mesin cetak

Dibutuhkan seorang pria yang sudah berpengalaman minimal sebagai kernet atau operator mesin cetak pemula. Sehingga sudah mengerti semua elemen pekerjaan percetakan mulai dari memasang film, membuat plat dan membantu mengoperasikan mesin cetak. Oleh karena itu dibutuhkan seorang kernet dengan pengalaman minimal 3 tahun sebagai kernet mesin cetak.

d. Kurir atau tukang kirim

Dibutuhkan seorang pria yang mampu menjadi kurir yang handal. Selain itu, dibutuhkan pengetahuan tentang jalan disetiap sudut kota surabaya. Bisa bergerak cepat dan lincah. Oleh karena itu syarat penarikan kurir adalah : lincah, usia antara 21 tahun hingga 30 tahun, paham mengenai jalanan di surabaya, jujur, memiliki kendaraan sendiri, disiplin, ramah, memiliki loyalitas terhadap perusahaan yang tinggi.

e. *Sales*

Dibutuhkan seorang sales yang kompeten dalam hal mencari order percetakan. Mencari order percetakan, tidak hanya dibutuhkan keluwesan dalam berbicara namun juga bisa memberikan ide atau gambaran yang bagus mengenai percetakan. Oleh karena itu syarat bagi sales ini adalah pendidikan minimal S1 manajemen pemasaran, memiliki kreativitas yang tinggi, mampu berorganisasi dengan baik, memiliki loyalitas yang tinggi, lincah, komitmen dan berprinsip, memiliki kendaraan sendiri, rajin, berpenampilan menarik.

f. Desain grafis

Dibutuhkan seorang desain grafis yang sangat paham mengenai desain dengan menggunakan program-program desain seperti *adobe photoshop*, *corel draw*,

*freehand, indesign*. Sekaligus mengerti mengenai *layout* cetak. Oleh karena itu syarat penarikan desain grafis adalah : perempuan, lulusan S1 Desain Komunikasi Visual dengan IPK > 2.75, berpengalaman atau pernah magang kerja pada sebuah percetakan, memiliki ide cemerlang.

#### **4.2.2.5. Sistem Pengupahan**

Sistem pengupahan pada percetakan ini menganut prinsip lebih baik memberikan upah lebih dengan hasil memuaskan daripada memberikan upah rendah dengan hasil yang tidak memuaskan. Oleh karena itu berikut dasar pengupahan karyawan:

- |                                |                                  |
|--------------------------------|----------------------------------|
| a. Administrasi dan supervisor | : 1.5 juta per bulan             |
| b. Operator mesin cetak        | : 2 juta per bulan               |
| c. Kernet mesin cetak          | : 1 juta per bulan               |
| d. Kurir atau tukang kirim     | : 1 juta per bulan               |
| e. Sales                       | : 2.5 juta per bulan + komisi 1% |
| f. Desain grafis               | : 1.5 juta per bulan             |

#### **4.2.4. Penentuan Bahan Baku serta Keperluan Lainnya**

Dalam proses produksi bahan baku bisa dikatakan sesuatu yang vital. Dalam percetakan bahan baku produksi ini adalah kertas. Apabila terjadi kesalahan cetak, maka kertas tersebut sudah tidak ada harganya lagi. Oleh karena itu, dalam mencetak harus sangat berhati-hati.

Bahan baku merupakan bahan dasar yang diolah sedemikian rupa dengan aneka perlengkapan yang dibutuhkan dan segala peralatan yang digunakan untuk memprosesnya. Oleh karena itu, kebutuhan dalam percetakan antara lain bahan dasar/bahan baku, perlengkapan, peralatan, bangunan, perlengkapan dan peralatan kantor.

Bahan baku pada sebuah percetakan ini hanyalah kertas. kertas terdiri dari berbagai macam baik jenis maupun gramturnya. Namun batas maksimum kertas yang bisa dicetak 400 saja, dan batas minimumnya 45 . jenis kertas yang sering dipakai adalah HVS, Art Paper, Art carton, Duplek, CD, Craft, BC, NCR, Linen, Concorde. Juga terdapat kertas import yang sering digunakan perusahaan-

perusahaan yang memiliki budget besar seperti Supermilky, River, Matt Paper, Lumisilk, dll.

Perlengkapan terbagi lagi dalam 2 bagian, perlengkapan yang sifatnya bisa digunakan pada setiap order percetakan dan yang hanya bisa digunakan untuk order sebuah order percetakan tersebut. Perlengkapan yang hanya bisa digunakan untuk order sebuah order percetakan adalah Film dan Plat saja. Kebanyakan percetakan membuat film pada tempat repro, percetakan tersebut tidak mau membeli mesin film seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Film cetak tidak begitu pengaruh terhadap hasil cetakan, oleh karena itu dipilih film cetak yang ekonomis. Didapatkan tempat pembuatan film seharga Rp.15,-per cm<sup>2</sup>. plat yang biasa digunakan percetakan biasanya bermacam-macam merek, namun merek yang ekonomis didapat Ina plat dengan harga hanya Rp.16.000,-dan sudah teruji dipakai oleh beberapa percetakan di Surabaya. Selain daripada plat dan film, semua perlengkapan bisa digunakan pada berbagai jenis order percetakan antara lain tinta, bucherin, ABC Wash, fountain, developer, sponge, isolasi lakban, korektor, oli mesin, blanket, majun, rol karet. Sedangkan yang termasuk dalam peralatan antara lain mesin cetak, mesin potong, plat maker, bak pencucian plat, meja koreksi, meja , koreksi, meja warna, lup, penggaris panjang, bak palet , tong timba.

Perlengkapan dan peralatan kantor terdiri dari 3 meja tulis seharga Rp. 265.000,-(Olimpic) dan digunakan 3 kursi Hi-tech chair seharga Rp. 129.000,-per kursinya. Kursi ini terbuat dari kayu elastis, sehingga membuat tulang punggung tidak terasa sakit apabila duduk terlalu lama.

Kemudian akan dipasang AC menggunakan AC Split Uchida seharga Rp.1,6 juta serta 1 set komputer senilai Rp.5.3 juta lengkap beserta speaker, monitor, CPU, keyboard, dan Mouse. Berikutnya printer sekaligus scanner Epson tipe TX200 seharga Rp. 1.600.000,-lengkap dengan modifnya sehingga bisa lebih menghemat dikarenakan tinta refil harganya jauh lebih murah daripada aslinya. Kemudian yang terakhir 1 set sofa sebagai kursi tunggu bagi customer, sofa tersebut didapat seharga Rp 4.5juta.

Perlengkapan yang dibutuhkan pada kantor, terutama form. Terdapat 10 jenis form, sehingga diperkirakan dalam 1 bulan membutuhkan kertas sebanyak 5

rim A4. harga hvs copycad tjiwi per rim A4 seharga Rp. 27.000,-kemudian tinta cetak diperkirakan 4 botol (1 set, CMYK) tinta bisa untuk 1000 lembar, sehingga dalam 2 bulan diprediksi akan habis 1 set tinta seharga Rp.20.000,-per botol 100 mm.

Kemudian kebutuhan dalam memberli buku kas, diperlukan 5 jenis buku. Namun buku tersebut bisa terpakai hingga 1 tahun, harga 1 buku Rp.12.000,-sedangkan pembuatan nota tagihan akan dibuat dengan print. Penggunaan stationeri dari kertas karbon hingga bolpen akan diperkirakan dalam 1 bulan tidak lebih dari Rp.50.000,-rupiah.

Bangunan yang perlu dirombak yaitu pada penerangannya, penambahan daya listriknya. Penambahan daya dari 3300 watt menjadi 6600 watt diperkirakan sekitar Rp. 6.600.000,-namun oleh karena ditambah instalasi, penerangan, penambahan panel, maka anggaran untuk hal ini akan dianggap sekitar Rp.10 juta rupiah. Mengingat lokasi percetakan sudah ditentukan, namun dalam penelitian kali ini, percetakan akan dibebankan uang sewa sebesar Rp.15 juta setahun. Berikut penjelasan mengenai masing perlengkapan yang dibutuhkan dalam proses produksi:

a. Tinta

Tinta terdiri dari 4 warna serta warna pantun, dimana 4 warna dasar tersebut adalah CMYK (cyan, magenta, yellow, black). Serta warna pantun dimana warna pantun adalah warna khusus yang digunakan untuk kode warna tertentu seperti warna emas, silver, merah khusus (rokok gudang garam), fluorescent, dsb. Namun pada penelitian kali ini akan dibahas warna proses saja yaitu CMYK. Cetakan berwarna terdiri dari 4 unsur warna tersebut. Tinta yang paling banyak digunakan pada percetakan adalah merk cemani toka (digunakan oleh Mutiara Khatulistiwa, Mahkota Dunia, Arsuma Print, Contempo, Satrio Agung). Hal ini dikarenakan tinta tersebut bisa menghasilkan kualitas yang bagus, memang dengan harga yang relatif mahal yaitu Rp. 65.000,-per kg dibandingkan merk toyo yang hanya berkisar Rp. 55.000,-per kg. terkadang percetakan mensiasati dengan mencampur cat dengan melihat berdasarkan ordernya, apabila warna dirasa tidak begitu penting maka diberi tinta dengan merk berbeda. Dalam hal ini percetakan baru

yang akan didirikan dianggap manjga selalu kualitas dengan tetap menggunakan tinta merk Cemani toka.

b. Bucherin

Bucherin adalah cairan yang akan dicampurkan dengan air secukupnya (10 liter air / 1 timba berbanding 1 liter bucherin) yang berfungsi sebagai pembersih tinta pada plat, akan digunakan apabila cetakan selesai dan siap untuk diganti dengan warna lain. Didapatkan informasi bahwa harga bucherin ini Rp. 39.000,-per jirigen 5 literan.

c. ABC Wash

ABC wash memiliki fungsi seperti bucherin, namun memiliki daya pembersih lebih baik, namun apabila terlalu sering digunakan takut akan merusak rol karet. Sehingga hanya digunakan pada waktu sebelum memulai proses cetak dipagi hari dan ketika akan pulang saja.

d. Fountain

Fountain merupakan cairan yang berfungsi membersihkan plat dari tinta sesaat bersama rol air. Fountain ini dicampur dengan air pada bak air, harga fountain sekitar Rp. 8.000,-per liter.biasanya fountain dimasukkan dalam botol kecil yang ujungnya dilubangi sehingga mudah dituang pada bak air, apabila bak air dirasa kurang bisa membersihkan tinta, namun apabila berlebihan maka bisa membuat plat terlalu bersih sehingga tinta tidak bisa menempel pada plat.

e. Developer

Developer digunakan saat mencuci plat sehabis terproses pada plat maker. Developer ini memiliki perbandingan 1 liter developer berbanding 20 liter air. Dan bisa digunakan berulang ulang. Biasanya setiap hari akan diganti, sekali menggunakan biasanya hanya memerlukan 20 liter air saja setiap harinya. Harga developer berkisar Rp. 8.500,-per liternya.

f. Sponge

Sponge adalah busa khusus yang digunakan untuk membersihkan blanket yang kotor dengan tinta harga spongetersebut Rp. 4.500,-per pcs. 1 Sponge bisa dipakai hingga berbulan-bulan, namun sponge yang sudah kotor

mempengaruhi kebersihan tinta, oleh karena itu akan ditetapkan dalam waktu 1 bulan harus diganti.

g. Isolasi Lakban

Isolasi yang digunakan adalah yang berukuran 12mm, dengan harga berkisar Rp. 1.500,-digunakan untuk menempelkan film pada plat. Biasanya dalam 1 bulan tidak habis 1 rol, namun dalam perhitungan kali ini akan dianggap selalu habis dalam 1 bulan.

h. Korektor

Korektor digunakan ketika terdapat tulisan yang tidak ingin dikeluarkan, namun keluar pada film. Oleh karena itu perlu adanya korektor. Satu botol korektor seharga Rp. 29.000,-dimana pemakaiannya sangat jarang sekali. Namun dalam penelitian kali ini akan dianggap setiap bulan membutuhkan 1 botol korektor.

i. Oli mesin

Oli mesin digunakan mesin prima xp, dimana pada mesin cetak membutuhkan oli untuk sirkulasi roda-rodanya. Harga oli mesin ini berkisar Rp. 20.000,-sekali perawatan mesin, membutuhkan 4 liter oli.

j. Blanket

Blanket adalah lembaran biru campuran antara karet dan kain yang berfungsi memindahkan tinta dari plat menuju kertas. Namun pada prakteknya blanket tersebut bisa mengalami kerusakan karena kotor atau karena telah memasukkan sesuatu seperti kertas yang double sehingga blanket perlu diganti. Namun apabila pada kondisi normal, maka blanket bisa dipakai dalam waktu minimal 6 bulan, harga blanket sendiri berkisar Rp. 180.000,-

k. Majun

Majun adalah kain perca bekas, harga per kg saat ini berkisar Rp.5.000,- pemakaian majun ini untuk membersihkan kotoran tinta yang sudah melekat pada blanket, yang apabila menggunakan sponge kurang maksimal hasilnya. Pemakaian majun tersebut tidak banyak, dalam 1 bulan biasanya dibutuhkan 2 kg saja.

l. Rol karet

Rol karet sebuah mesin cetak sangat banyak jumlahnya. Pada oliver 66 saja terdapat 14 rol, rol tersebut hanya berfungsi untuk meratakan tinta saja. Karena berbahan dasar karet, maka suatu saat rol tersebut akan bersifat tidak elastis lagi serta daya rekatnya akan tinta juga berkurang. Pada kondisi ini sebaiknya rol tersebut *direpair*. Kerusakan pada rol karet ini berlangsung sangat lama. Bisa jadi dalam 1 tahun hanya mengganti 1 kali, itupun tertentu. Namun untuk merepair saja harganya sangat mahal, untuk 1 rol saja bisa mencapai RP.160.000,-biasanya ketika membeli mesin akan diberi cadangan rol sehingga apabila terjadi kerusakan pada rol tidak menunggu terlalu lama.

Sedangkan peralatan yang dibutuhkan dalam proses produksi akan dijelaskan mengenai pemakaian serta harganya adalah sebagai berikut:

a. Mesin cetak

Setelah mengamati beberapa percetakan, maka oliver 66 tahun 1984 adalah pilihan yang sangat tepat. Dikarenakan ukurannya yang lebar, harga yang sangat terjangkau, merek oliver adalah merek mesin cetak unggulan serta purna jual mesin ini sangat bagus, sebagai contoh pada tahun 2004, PT. Bintang sejahtera Abadi menjual mesin oliver 66 seharga 230 juta, saat ini (2009) harga mesin oliver 66 tersebut dijual seharga 210 juta. Walaupun tahunnya semakin tua. Ini membuktikan bahwa ketika mengambil mesin tersebut salvage value yang didapat dikemudian hari bisa tinggi. Namun dalam penelitian kali ini akan dianggap nilai salvage value sebesar 30% dalam 5 tahun ke depan dihitung sejak nilai saat ini. Kecepatan mesin cetak ini bisa diukur dengan penambahan waktu loading, waktu mesin dan unloading. Pada saat loading dibutuhkan waktu unloading dan loading proses selanjutnya dibutuhkan waktu 10 menit, dan kecepatan mesin cetak bisa sampai 9000 dreg per jam. Dengan begitu, apabila sebuah order diambil dengan frekuensi cetak terbanyaknya sejumlah 1000 dreg, maka didapat perhitungan dalam 1 shift bisa 25 x naik cetak, sedangkan apabila berdasarkan perhitungan harga ongkos cetak sebanyak 2000 dreg, maka dalam 1 shift bisa hanya 18 x naik cetak. Sehingga apabila diambil titik tengahnya akan diketahui bahwa dalam 1 shift mampu mencetak maksimal 22 x naik cetak.

Tabel 4.3. Kapasitas Mesin Cetak Dalam 1 Shift

Loading-unloading (Menit)	waktu mesin (Jam)	jumlah dreg	Maksimal Cetak (n Kali)
10	9000	1000	25,2
10	9000	2000	18
		rata-rata	22

b. Mesin potong

Mesin potong digunakan untuk memotong kertas yang hendak dicetak atau sesudah dicetak. Mesin potong ini memiliki berbagai macam jenis dari yang manual, semi manual bahkan digital. Yang membedakan mesin potong yang satu dengan yang lainnya adalah pada keakurata pemotongannya. Mesin digital bisa sampai 0.1 mm tingkat keakuratanya. Namun dalam percetakan kali ini apakah perlu untuk membeli mesin potong dengan tingkat keakuratan maksimal. Biasanya mesin potong yang akurat digunakan untuk memotong label berukuran kecil yang membutuhkan kepresisian tinggi, sedangkan dalam memotong brosur hal ini tidak berlaku. Ataupun cetakan lainnya, sehingga dipilih mesin potong yang manual saja, baik dari segi listrik yang hanya 1000 watt, serta ukuran dimensi yang tidak terlalu besar. Mesin potong ini terbuat dari cina, namun begitu banyak percetakan bahkan toko kertas menggunakan mesin ini, mesin ini hanya senilai Rp. 17.5 juta. Jauh sekli dengan mesin potong digital dengan merk wholenberg yang harganya 95juta rupiah.

c. Plat maker

Plat maker adalah alat yang berfungsi untuk menyinari plat, sehingga dalam waktu 3 menit saja, bagian plat yang terkena sinar akan rontok dan tidak melekat pada plat, sedangkan plat yang tertutupi oleh film, akan tetap melekat pada plat. Harga plat maker tersebut Rp.10 juta rupiah, PT. Bintang Sejahtera Abadi menjual plat maker ex jepang tersebut.

d. Bak pencucian plat

Bak ini digunakan untuk mencuci plat yang sudah disinari, bak ini biasanya dibuat permanen manual dengan tukang keramiksaja, dibuat terasering dan diberi kran air seperti bak cuci piring. Biaya pembuatan bak pencucian in tidak lebih dari 2 juta rupiah (EAST TECH Interior), dalam penelitian kali ini akan dianggap senilai 2 juta rupiah.

e. Meja koreksi

Meja koreksi adalah meja berbentuk persegi, yang terbuat dari kayu dan kaca, namun kacanya tidak transparan melainkan putih susu. Di bawah meja tersebut diberikan lampu philips TL 40 watt sebanyak tergantung lebar meja yang dibuat. Disana, film akan dikoreksi apakah tidak ada ambar yang salah satu hilang.

f. Meja warna

Meja warna ini diletakkan dekat mesin cetak, ukuran meja ini hanya membutuhkan 60 cm x 1 m dan tinggi hanya 2 meter, dimana pada atasnya diberikan lampu. Meja ini digunakan untuk melihat apakah warna sudah sesuai atau belum. Apakah warna sudah register (pas antar 1 warna dengan warna yang lain) atau belum.

g. Lup

Lup atau kaca pembesar digunakan untuk melihat apakah warna benar-benar sudah pas. Pengecekan dilakukan pada meja warna. Lup ini berkisar Rp. 45.000,-biasnya dijual pada toko-toko menjual perlengkapan cetak.

h. Penggaris panjang

Penggaris ini biasanya yang digunakan adalah ukuran 1 meter. Penggaris ini bisa dibeli pada toko-toko buku seharga Rp. 20.000,-penggaris ini digunakan untuk mengukur jarak kertas ke area gambar, dsb.

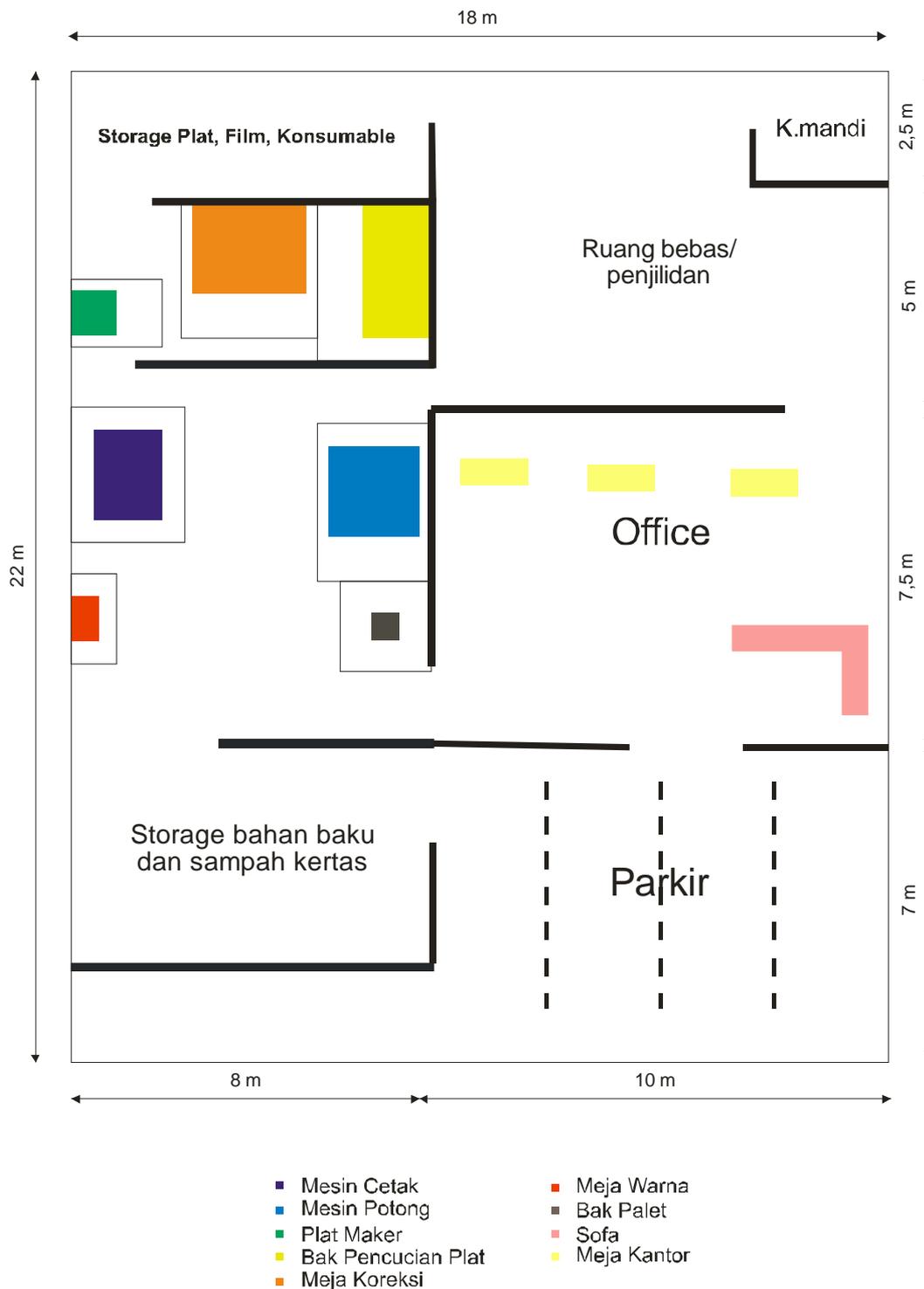
i. Bak Palet

Bak palet digunakan untuk mengemas sampah kertas yang dihasilkan oleh mesin potong. Agar kertas tidak berserakan, sebelum dijual pada pembeli rongsok, sampah kertas dibungkus dengan menggunakan kertas coklat pembungkus kertas yang baru datang dari pabrik. Palet kayu ini akan dibuat sendiri saja sehingga tidak menghabiskan dana Rp. 100.000,-

j. Tong timba

Tong timba ini digunakan untuk menampung limbah tinta sebelum dibawa ke tempat pengolahan limbah cair. Tong ini bisa menggunakan tong seadanya sehingga tidak perlu beli.

#### 4.2.4. Analisa Tata *Layout* Lokasi



Gambar 4.4. Denah *Layout* Percetakan dengan Skala 1 : 100

Lokasi yang ditunjuk adalah di jalan kendangsari D-16, yang mana pada lokasi tersebut memiliki luas tanah 396 m<sup>2</sup> dengan luas bangunan seluas 550 m<sup>2</sup>

(2 lantai) penulis akan membagi lokasi pada 2 bagian yaitu bagian bawah untuk area kerja, sedangkan bagian atas untuk tempat tinggal. Percetakan yang akan didirikan tersebut masih memiliki mesin 1 line, sehingga ruang seluas 275 m<sup>2</sup> sangat cukup sebagai tempat kerja mengingat dimensi mesin cetak hanya 1.5 x 2 m saja. Sebagian besar lokasi akan digunakan untuk storage serta kantor.

### **4.3. Analisis Aspek Keuangan**

Setelah aspek teknis didapat, dan dirasa mampu untuk dijalankan, maka inilah saat yang paling menentukan apakah percetakan tersebut layak didirikan. Peninjauan aspek keuangan ini menyangkut seberapa besar pendapatan yang didapat serta berapa lamakah modal yang disetor bisa kembali, kemudian dilakukan sensitifitas analisis untuk mengetahui seberapa rentan usaha percetakan tersebut dalam mencari ordernya.

#### **4.3.4. Pengeluaran Awal yang Dibutuhkan**

Pengeluaran yang dikeluarkan terbagi dalam pengeluaran awal kerja (*fixed cost*) serta pengeluaran pada saat kerja berlangsung (*variabel cost*).

##### **4.3.1.1. Fixed Cost**

Berikut adalah biaya-biaya yang dibutuhkan pada awal mula berdirinya sebuah percetakan:

- a. Biaya pembelian peralatan produksi sebesar Rp. 240.915.000,- (Lampiran 41)
- b. Biaya pembelian peralatan kantor sebesar Rp. 14.182.000,- (Lampiran 42)
- c. Biaya penambahan fasilitas bangunan yang digunakan untuk menambah daya dan pengaturan panel serta pemberian karpet pada dinding sebesar Rp. 10.000.000,-.
- d. Biaya surat-surat untuk pendirian

Dalam pengurusan surat-surat ini biasanya dibutuhkan surat domisili dari kelurahan, NPWP, SIUP serta TDP. Pada perusahaan besar biasanya diminta juga K3, Surat Sertifikasi produk yang dihasilkan seperti SNI, MUI, HALAL, Dll. Namun secara kebetulan surat ini sudah ada. Jadi dalam penelitian kali ini biaya surat perijinan diabaikan.

Tabel 4.4. Total Pengeluaran Fix Cost

Total Pengeluaran Fix cost	
Peralatan Produksi	240,915,000
Peralatan Kantor	14,182,000
Bangunan	10,000,000
total	265,097,000

#### 4.3.1.2. *Variabel Cost*

Berikut adalah biaya-biaya yang dibutuhkan pada saat kegiatan percetakan sudah berjalan, perhitungan ini akan distandardkan setiap bulannya:

- a. Biaya kebutuhan perlengkapan produksi sebesar Rp. 49.310,-per 1 x naik cetak (Lampiran 44)
- b. Biaya Kebutuhan perlengkapan kantor sebesar Rp. 230.000,-perbulannya (Lampiran 45)
- c. Biaya air (Lampiran 46)

Biaya pemakaian air dalam sehari tidak terlalu banyak, diasumsikan 1 m3 atau 25 m3 dalam sebulan. Sehingga biaya tagihan air adalah sebesar Rp. 59.140,-perbulannya.

- d. Biaya pemakaian listrik sebesar Rp. 1.027.250,-perbulannya (Lampiran 47)
- e. Biaya telepon

Biaya pemakaian telepon dibagi dalam beberapa bagian, pertama telp kantor, menggunakan telepon rumah dan fax, penggunaan telepon rumah akan diberikan anggaran RP. 350.000,-sedangkan untuk telepon Flexi kantor, 1 bulan diasumsikan akan habis Rp. 100.000,-.untuk sales akan dianggarkan Rp.50.000,-setiap bulannya. Sedangkan telepon dan mobile pemilik akan diperkirakan habis Rp. 700.000,-sehingga biaya telepon untuk 1 bulan mencapai Rp. 1.200.000,-.

- f. Biaya pajak

Biaya pajak perorangan menurut PPH pasal 25 (PPH Badan Perorangan), mengatakan bahwa wajib pajak akan dikenai pajak sebesar 28% dari pendapatan yang akan diterima. Sehingga biaya pajak akan dihitung kemudian.

- g. Biaya sewa tempat

Biaya sewa tempat telah diketahui sebesar Rp. 15.000.000,-selama setahun atau Rp. 1.250.000,-setiap bulannya.

h. Biaya gaji karyawan dama sebulan adalah sebesar Rp. 9.500.000,-. (Lampiran 48)

i. Akumulasi penyusutan peralatan (depresiasi)

Akumulasi penyusutan atau depresiasi ini terbagi dalam 3 bagian yaitu peralatan produksi yang akan diprediksi susut selama 5 tahun, dan untuk mesin potong, plat maker serta mesin cetak diprediksi memiliki salvage value 30%, peralatan kantor yang diprediksi akan susut dalam 2 tahun namun hanya komputer saja yang memiliki nilai salvage value 30%, biaya gedung yang memiliki nilai salvage value 5 tahun juga. Sehingga biaya akumulasi penyusutan setiap bulannya yaitu sebesar Rp. 3.519.083,-. (Lampiran 49)

j. Biaya pemeliharaan peralatan

Biaya pemeliharaan peralatan hanya pada mesin cetak saja, dianggarkan Rp. 500.000,-setiap minggunya serta untuk biaya perawatan tidak terdugalainnya senilai Rp. 1.000.000,-setiap bulannya, sehingga dalam 1 bulan biaya perawatan peralatan akan dianggarkan sebesar Rp. 3 juta rupiah.

Tabel 4.5. Total Pengeluaran Variabel Cost

<b>Total Pengeluaran Variabel cost</b>			
		Satuan	Biaya per bulan
Perlengkapan Kantor	230,000	1 bulan	230,000
Biaya Perawatan Peralatan	3,000,000	1 bulan	3,000,000
Biaya air	59,140	1 bulan	59,140
Biaya listrik	1,027,250	1 bulan	1,027,250
Biaya telp	1,200,000	1 bulan	1,200,000
Gaji Karyawan	9,500,000	1 bulan	8,500,000
Sewa Tempat	15,000,000	12 bulan	1,250,000
Akumulasi penyusutan peralatan	3,519,083	1 bulan	3,519,083
		<b>Total</b>	<b>19,785,473</b>

Sementara itu terdapat pula biaya yang habis setiap kali mendapat order percetakan. Pengeluaran kebutuhan ini merupakan setiap biaya perlengkapan produksi sebesar Rp. 49.310,- setiap ordernya.

#### 4.3.4. Penentuan Harga Jual Suatu Produk

Berdasarkan wawancara dengan beberapa percetakan, didapat bahwa cara perhitungan mereka ke konsumen adalah penjumlahan ongkos cetak, film, kertas serta biaya finishing bila ada. Dimana film sebenarnya dikerjakan pada tempat lain, namun biasanya percetakan juga ambil keuntungan. Biasanya harga film di ekspose Rp. 15,-per cm<sup>2</sup>, namun beberapa percetakan bisa jual sampai Rp.20,-. Pada penelitian kali ini keuntungan dari penjualan film dan aneka finishing diabaikan. Biaya atau ongkos cetak tersebut perhitungannya adalah 1 kali naik cetak, dalam artian 1 warna seharga Rp.200.000,-(percetakan Satrio Agung), hingga Rp. 150.000,-(percetakan Contempo). Untuk area kertas maksimal 65 cm x 48 cm. biaya tersebut sudah termasuk platnya serta bisa jalan hingga 2000 dreg atau lembar cteka. Sebagai contoh apabila brosur berwarna, maka akan dicetak sebanyak 4 x, oleh karena itu, harga ongkos cetaknya antara Rp. 800.000,-hingga Rp. 600.000,-.

Dari dasar inilah, pada penelitian kali ni akan mencoba dengan harga Rp. 125.000,-agar diharapkan dengan harga yang lebih murah, maka customer mau mencoba mencetak dipercetakan tersebut. Contoh perhitungan analisa biaya cetak tersebut terdapat pada Lampiran 8

#### 4.3.3. Penentuan Jumlah Omset yang Akan Didapatkan

Jumlah omset yang akan didapat akan dihitung berdasarkan target pemasaran, sehingga diketahui bahwa:

Tabel 4.6. Target Pemasaran Terhadap *Customer*

Bulan ke-	target butik	Target kartu nama	target Paper bag 1	target Paper bag 2	target Hangtag	target Brosur
Bulan 1	218	218	183	139	198	65
bulan 2	156	156	131	99	141	46
bulan 3	240	240	201	153	218	72
Bulan 4	240	240	201	153	218	72
Bulan 5	225	225	189	144	204	67
Bulan 6	227	227	190	145	206	68
Bulan 7	229	229	192	146	208	68
Bulan 8	231	231	194	147	210	69
Bulan 9	234	234	196	149	212	70
Bulan 10	236	236	198	151	214	70
Bulan 11	238	238	199	152	216	71

Tabel 4.6. Target Pemasaran Terhadap *Customer* (lanjutan)

Bulan ke-	target butik	Target kartu nama	target Paper bag 1	target Paper bag 2	target Hangtag	target Brosur
Bulan 12	241	241	202	154	219	72
Bulan 13	243	243	204	155	221	72
Bulan 14	246	246	206	157	223	73
Bulan 15	248	248	208	158	225	74
Bulan 16	251	251	210	160	228	75
Bulan 17	253	253	212	161	230	75
Bulan 18	256	256	215	163	232	76
Bulan 19	258	258	216	165	234	77
Bulan 20	261	261	219	167	237	78
Bulan 21	263	263	220	168	239	78
Bulan 22	266	266	223	170	242	79
Bulan 23	269	269	225	172	244	80
Bulan 24	271	271	227	173	246	81
Bulan 25	274	274	230	175	249	82
Bulan 26	277	277	232	177	252	83
Bulan 27	280	280	235	179	254	84
Bulan 28	283	283	237	181	257	84
Bulan 29	285	285	239	182	259	85
Bulan 30	288	288	241	184	262	86
Bulan 31	291	291	244	186	264	87
Bulan 32	294	294	246	188	267	88
Bulan 33	297	297	249	190	270	89
Bulan 34	300	300	252	192	273	90
Bulan 35	303	303	254	193	275	90
Bulan 36	306	306	257	195	278	91
Bulan 37	309	309	259	197	281	92
Bulan 38	312	312	262	199	283	93
Bulan 39	315	315	264	201	286	94
Bulan 40	318	318	267	203	289	95
Bulan 41	322	322	270	206	293	96
Bulan 42	325	325	273	208	295	97
Bulan 43	328	328	275	209	298	98
Bulan 44	331	331	278	211	301	99
Bulan 45	335	335	281	214	304	100
Bulan 46	338	338	283	216	307	101
Bulan 47	341	341	286	218	310	102
Bulan 48	345	345	289	220	313	103

Diketahui bahwa pada bulan pertama, *targeting* sebanyak 218 stan butik, berdasarkan probabilitas pemesanan akan kebutuhan percetakan maka akan didapat perkiraan order yang akan didapat.

Pada lampiran 4 diketahui bahwa dalam 1 x naik cetak, bisa mencetak 63 jenis kartu nama sekaligus. Oleh karena itu, diasumsikan bahwa target order kartu

nama akan dibagi dalam 63 order. Selanjutnya untuk Paper bag 1 biasanya untuk mencetak gambar muka dan depannya bisa dalam 1 area cetak sekaligus sehingga berbobot 1. paper bag 2 memiliki area yang lebih besar, sehingga dibutuhkan 2 x naik cetak, hangtag karena ukurannya yang kecil, yaitu kira-kira setengah dari ukuran kartu nama, maka diasumsikan dalam 1 x naik cetak bisa menampung 126 item hangtag. Brosur dengan ukuran 15 cm x 21 cm atau standart yang dijual dipasaran, dalam 1 x naik cetak bisa menampung 9 item. Berdasarkan data di atas maka tabel 4.7 menunjukkan jumlah naik cetak beserta omsetnya setiap bulan:

Tabel 4.7. Target Omset Selama 4 Tahun Kedepan

Bulan ke-	Kartu Nama	paper Bag 1	Paper Bag 2	Hangtag	Brosur	naik cetak	Omset	Kerja Shift
Bulan 1	3	183	278	1	7	472	59,000,000	1
bulan 2	2	131	198	1	5	337	42,125,000	1
bulan 3	3	201	306	1	8	519	64,875,000	1
Bulan 4	3	201	306	1	8	519	64,875,000	1
Bulan 5	3	189	288	1	7	488	61,000,000	1
Bulan 6	3	190	290	1	7	491	61,375,000	1
Bulan 7	3	192	292	1	7	495	61,875,000	1
Bulan 8	3	194	294	1	7	499	62,375,000	1
Bulan 9	3	196	298	1	7	505	63,125,000	1
Bulan 10	3	198	302	1	7	511	63,875,000	1
Bulan 11	3	199	304	1	7	514	64,250,000	1
Bulan 12	3	202	308	1	8	522	65,250,000	1
Bulan 13	3	204	310	1	8	526	65,750,000	1
Bulan 14	3	206	314	1	8	532	66,500,000	1
Bulan 15	3	208	316	1	8	536	67,000,000	1
Bulan 16	3	210	320	1	8	542	67,750,000	1
Bulan 17	4	212	322	1	8	547	68,375,000	1
Bulan 18	4	215	326	1	8	554	69,250,000	2
Bulan 19	4	216	330	1	8	559	69,875,000	2
Bulan 20	4	219	334	1	8	566	70,750,000	2
Bulan 21	4	220	336	1	8	569	71,125,000	2
Bulan 22	4	223	340	1	8	576	72,000,000	2
Bulan 23	4	225	344	1	8	582	72,750,000	2
Bulan 24	4	227	346	1	9	587	73,375,000	2
Bulan 25	4	230	350	1	9	594	74,250,000	2
Bulan 26	4	232	354	2	9	601	75,125,000	2
Bulan 27	4	235	358	2	9	608	76,000,000	2
Bulan 28	4	237	362	2	9	614	76,750,000	2
Bulan 29	4	239	364	2	9	618	77,250,000	2
Bulan 30	4	241	368	2	9	624	78,000,000	2
Bulan 31	4	244	372	2	9	631	78,875,000	2
Bulan 32	4	246	376	2	9	637	79,625,000	2

Tabel 4.7. Target Omset Selama 4 Tahun Kedepan (lanjutan)

Bulan ke-	Kartu Nama	Paper Bag 1	Paper Bag 2	Hangtag	Brosur	naik cetak	Omset	Kerja Shift
Bulan 33	4	249	380	2	9	644	80,500,000	2
Bulan 34	4	252	384	2	10	652	81,500,000	2
Bulan 35	4	254	386	2	10	656	82,000,000	2
Bulan 36	4	257	390	2	10	663	82,875,000	2
Bulan 37	4	259	394	2	10	669	83,625,000	2
Bulan 40	5	267	406	2	10	690	86,250,000	2
Bulan 41	5	270	412	2	10	699	87,375,000	2
Bulan 42	5	273	416	2	10	706	88,250,000	2
Bulan 43	5	275	418	2	10	710	88,750,000	2
Bulan 44	5	278	422	2	11	718	89,750,000	2
Bulan 45	5	281	428	2	11	727	90,875,000	2
Bulan 46	5	283	432	2	11	733	91,625,000	2
Bulan 47	5	286	436	2	11	740	92,500,000	2
Bulan 48	5	289	440	2	11	747	93,375,000	2

#### 4.3.4. Perhitungan Laba–Rugi

Diketahui pada tabel pengeluaran Fix cost sebesar Rp.265.097.000,-dan pengeluaran variabel cost senilai Rp.19.785.473,-setiap bulannya. Namun apabila produksi diarahkan ke 2 shift,maka dianggap biaya operational atau biaya variabel akan diasumsikan bernilai 2 kalinya.

Tabel 4.8. Target Profit Buto Selama 4 Tahun Kedepan

Bulan ke-	naik cetak	Omset	kerja shift	HPP Produksi	Profit Bruto
Bulan 1	472	59,000,000	1	44,399,793	14,600,207
bulan 2	337	42,125,000	1	37,757,943	4,367,057
bulan 3	519	64,875,000	1	46,744,863	18,130,137
Bulan 4	519	64,875,000	1	46,762,363	18,112,637
Bulan 5	488	61,000,000	1	45,246,253	15,753,747
Bulan 6	491	61,375,000	1	45,411,683	15,963,317
Bulan 7	495	61,875,000	1	45,616,423	16,258,577
Bulan 8	499	62,375,000	1	45,831,163	16,543,837
Bulan 9	505	63,125,000	1	46,142,023	16,982,977
Bulan 10	511	63,875,000	1	46,450,383	17,424,617
Bulan 11	514	64,250,000	1	46,615,813	17,634,187
Bulan 12	522	65,250,000	1	47,027,793	18,222,207
Bulan 13	526	65,750,000	1	47,242,533	18,507,467
Bulan 14	532	66,500,000	1	47,553,393	18,946,607
Bulan 15	536	67,000,000	1	47,760,633	19,239,367

Tabel 4.8. Target Profit Buto Selama 4 Tahun Kedepan (lanjutan)

Bulan ke-	naik cetak	Omset	kerja shift	HPP Produksi	Profit Bruto
Bulan 16	542	67,750,000	1	48,071,493	19,678,507
Bulan 17	547	68,375,000	1	48,335,543	20,039,457
Bulan 18	554	69,250,000	2	67,684,937	1,565,063
Bulan 19	559	69,875,000	2	67,940,237	1,934,763
Bulan 21	569	71,125,000	2	68,448,337	2,676,663
Bulan 22	576	72,000,000	2	68,802,257	3,197,743
Bulan 23	582	72,750,000	2	69,105,617	3,644,383
Bulan 24	587	73,375,000	2	69,360,917	4,014,083
Bulan 25	594	74,250,000	2	69,714,837	4,535,163
Bulan 26	601	75,125,000	2	70,068,757	5,056,243
Bulan 27	608	76,000,000	2	70,425,177	5,574,823
Bulan 28	614	76,750,000	2	70,729,787	6,020,213
Bulan 29	618	77,250,000	2	70,932,027	6,317,973
Bulan 30	624	78,000,000	2	71,237,887	6,762,113
Bulan 31	631	78,875,000	2	71,594,307	7,280,693
Bulan 32	637	79,625,000	2	71,897,667	7,727,333
Bulan 33	644	80,500,000	2	72,251,587	8,248,413
Bulan 34	652	81,500,000	2	72,654,817	8,845,183
Bulan 35	656	82,000,000	2	71,918,307	10,081,693
Bulan 36	663	82,875,000	2	72,263,477	10,611,523
Bulan 37	669	83,625,000	2	72,559,337	11,065,663
Bulan 38	676	84,500,000	2	72,904,507	11,595,493
Bulan 39	683	85,375,000	2	73,249,677	12,125,323
Bulan 40	690	86,250,000	2	73,594,847	12,655,153
Bulan 41	699	87,375,000	2	74,038,637	13,336,363
Bulan 42	706	88,250,000	2	74,383,807	13,866,193
Bulan 43	710	88,750,000	2	74,581,047	14,168,953
Bulan 44	718	89,750,000	2	74,975,527	14,774,473
Bulan 45	727	90,875,000	2	75,419,317	15,455,683
Bulan 46	733	91,625,000	2	75,715,177	15,909,823
Bulan 47	740	92,500,000	2	76,060,347	16,439,653
Bulan 48	747	93,375,000	2	76,405,517	16,969,483

Namun dikarenakan pendapatan di atas belum terkena PPh 25, maka profit bruto akan dikurangkan pajak sehingga menjadi profit netto. Perhitungan pajak menurut PPh 25 adalah 28% dari pendapatan oleh karena itu, tabel 4.9 menunjukkan perhitungan profit setelah terkena pajak:

Tabel 4.9. Perhitungan Profit Netto

Bulan ke-	naik cetak	Omset	Profit Bruto	Biaya Pajak	Profit Netto	Kumulatif Profit
Bulan 1	472	59,000,000	14,600,207	4,088,058	10,512,149	10,512,149
Bulan 2	337	42,125,000	4,367,057	1,222,776	3,144,281	13,656,430
Bulan 3	519	64,875,000	18,130,137	5,076,438	13,053,698	26,710,128
Bulan 4	519	64,875,000	18,112,637	5,071,538	13,041,098	39,751,226
Bulan 5	488	61,000,000	15,753,747	4,411,049	11,342,698	51,093,924
Bulan 6	491	61,375,000	15,963,317	4,469,729	11,493,588	62,587,512
Bulan 7	495	61,875,000	16,258,577	4,552,401	11,706,175	74,293,687
Bulan 8	499	62,375,000	16,543,837	4,632,274	11,911,562	86,205,250
Bulan 9	505	63,125,000	16,982,977	4,755,233	12,227,743	98,432,993
Bulan 10	511	63,875,000	17,424,617	4,878,893	12,545,724	110,978,717
Bulan 11	514	64,250,000	17,634,187	4,937,572	12,696,614	123,675,331
Bulan 12	522	65,250,000	18,222,207	5,102,218	13,119,989	136,795,320
Bulan 13	526	65,750,000	18,507,467	5,182,091	13,325,376	150,120,696
Bulan 14	532	66,500,000	18,946,607	5,305,050	13,641,557	163,762,253
Bulan 15	536	67,000,000	19,239,367	5,387,023	13,852,344	177,614,597
Bulan 16	542	67,750,000	19,678,507	5,509,982	14,168,525	191,783,122
Bulan 17	547	68,375,000	20,039,457	5,611,048	14,428,409	206,211,530
Bulan 18	554	69,250,000	1,565,063	438,218	1,126,846	207,338,376
Bulan 19	559	69,875,000	1,934,763	541,734	1,393,030	208,731,406
Bulan 20	566	70,750,000	2,454,593	687,286	1,767,307	210,498,713
Bulan 21	569	71,125,000	2,676,663	749,466	1,927,198	212,425,910
Bulan 22	576	72,000,000	3,197,743	895,368	2,302,375	214,728,286
Bulan 23	582	72,750,000	3,644,383	1,020,427	2,623,956	217,352,242
Bulan 24	587	73,375,000	4,014,083	1,123,943	2,890,140	220,242,382
Bulan 25	594	74,250,000	4,535,163	1,269,846	3,265,318	223,507,699
Bulan 26	601	75,125,000	5,056,243	1,415,748	3,640,495	227,148,194
Bulan 27	608	76,000,000	5,574,823	1,560,951	4,013,873	231,162,067
Bulan 28	614	76,750,000	6,020,213	1,685,660	4,334,554	235,496,621
Bulan 29	618	77,250,000	6,317,973	1,769,033	4,548,941	240,045,562
Bulan 30	624	78,000,000	6,762,113	1,893,392	4,868,722	244,914,283
Bulan 31	631	78,875,000	7,280,693	2,038,594	5,242,099	250,156,382
Bulan 32	637	79,625,000	7,727,333	2,163,653	5,563,680	255,720,062
Bulan 33	644	80,500,000	8,248,413	2,309,556	5,938,858	261,658,920
Bulan 34	652	81,500,000	8,845,183	2,476,651	6,368,532	268,027,452
Bulan 35	656	82,000,000	10,081,693	2,822,874	7,258,819	275,286,271
Bulan 36	663	82,875,000	10,611,523	2,971,227	7,640,297	282,926,568
Bulan 37	669	83,625,000	11,065,663	3,098,386	7,967,278	290,893,846
Bulan 38	676	84,500,000	11,595,493	3,246,738	8,348,755	299,242,601
Bulan 39	683	85,375,000	12,125,323	3,395,091	8,730,233	307,972,834
Bulan 40	690	86,250,000	12,655,153	3,543,443	9,111,710	317,084,544
Bulan 41	699	87,375,000	13,336,363	3,734,182	9,602,182	326,686,726
Bulan 42	706	88,250,000	13,866,193	3,882,534	9,983,659	336,670,385
Bulan 43	710	88,750,000	14,168,953	3,967,307	10,201,646	346,872,031
Bulan 44	718	89,750,000	14,774,473	4,136,853	10,637,621	357,509,652
Bulan 45	727	90,875,000	15,455,683	4,327,591	11,128,092	368,637,744
Bulan 46	733	91,625,000	15,909,823	4,454,751	11,455,073	380,092,817
Bulan 47	740	92,500,000	16,439,653	4,603,103	11,836,550	391,929,367
Bulan 48	747	93,375,000	16,969,483	4,751,455	12,218,028	404,147,395

#### 4.3.5. *Payback Periode*

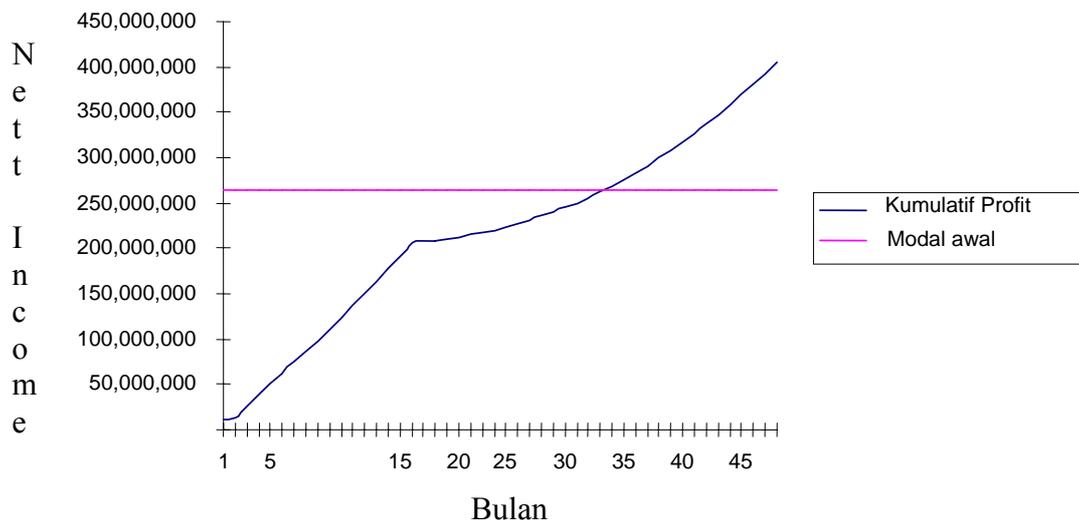
Untuk menentukan seberapa cepat investasi ini kembali, akan digunakan metode payback periode :

$$= \text{Bulan ke } 33 + ((265,097,000 - 261,658,920)) / (268,027,452 - 261,658,920)$$

$$= 33 \text{ bulan, } 17 \text{ hari.}$$

#### 4.3.6. **BEP**

Dari tabel di atas diketahui bahwa pada bulan ke-34, nilai kumulatif profit yang didapat adalah sebesar Rp.268,027,452,- diketahui sebelumnya bahwa modal yang dikeluarkan untuk percetakan ini sebesar Rp.265,097,000,-Maka bisa disimpulkan bahwa modal yang dikeluarkan akan kembali kurang dari 34 bulan. Yaitu 33 bulan, 17 hari. dengan kata lain Break Event Point usaha ini yaitu 33 bulan, 17 hari.



Gambar 4.5. Titik *Break Even Point*

#### 4.3.7. *MARR ( Minimum Attractive Rate of Return )*

*MARR* ini akan ditentukan berdasarkan situasi ekonomi saat ini. Suku bunga kredit modal kerja pada bank saat ini sebesar 12% hingga 14%. Besarnya *MARR* akan ditentukan sebesar 25% mengingat angka ini hampir 2 kali dari bunga kredit modal kerja, sehingga apabila usaha tersebut layak dengan *MARR* sebesar 25% sekalipun maka usaha ini sangat menjanjikan.

#### 4.3.8. Perhitungan *Net Present Value (NPV)*

Tabel 4.10. *Net Present Value (NPV)*

Tahun	Cash flow	(P/F,25%,n)	Cash Flow (P/F,25%,n)
Awal mula	(265,097,000)	1	(265,097,000)
Tahun 1	136,795,320	0.800	109,436,256
Tahun 2	220,242,382	0.640	140,955,124
Tahun 3	282,926,568	0.512	144,858,403
Tahun 4	404,147,395	0.410	165,538,773
Nilai Sisa			
Peralatan kantor tahun	1,590,000	0.640	1,017,600
Peralatan produksi	71,250,000	0.328	23,347,200
Net Present Value (NPV)			320,056,356

Diketahui bahwa NPV positif, hal ini menunjukkan bahwa usaha percetakan ini sangat menjanjikan untuk didirikan. Serta peningkatan profit yang cukup signifikan.

Perhitungan akan dilanjutkan untuk mengetahui seberapa besar IRR usaha ini, maka akan dilakukan perhitungan dengan menggunakan *interest* sebesar 40%. Tabel 4.11 menunjukkan nilai NPV dengan interest 40%.

Tabel 4.11. *Net Present Value (NPV)* dengan *Interest* 40%

Tahun	Cash flow	(P/F,40%,n)	Cash Flow (P/F,40%,n)
Awal mula	-265,097,000	1	-265,097,000
Tahun 1	136,795,320	0.71	97,710,943
Tahun 2	220,242,382	0.51	112,368,562
Tahun 3	282,926,568	0.36	103,107,350
Tahun 4	404,147,395	0.26	105,202,883
Nilai Sisa			
Peralatan kantor tahun	1,590,000	0.51	811,224
Peralatan produksi	71,250,000	0.19	13,247,828
Net Present Value (NPV)			167,351,791

#### 4.3.9. *Internal Rate of Return (IRR)*

Perhitungan IRR dilakukan agar dapat terlihat dengan jelas berapa tingkat keuntungan usaha ini. Perhitungan akan dilakukan dengan rumus:

$$IRR = P1 - (C1 \times ((P2 - P1) / (C2 - C1)))$$

$$IRR = 25\% - (320,056,356 \times ((40\% - 25\%) / (320,056,356 - 167,351,791)))$$

$$IRR = 25\% - (-31,43\%) = 56,43\%$$

Nilai 56,43% merupakan nilai yang sangat menjanjikan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha percetakan layak didirikan.

#### 4.3.10. *Sensitifitas Analisis*

Sensitifitas analisis pada kali ini akan didasarkan pada 2 hal, pertama, titik perpotongan sehingga apabila produksi di bawah nilai tersebut bisa dikatakan rugi dan apabila di atas nilai tersebut dikatakan untung. Kedua, titik perpotongan, apabila harga bahan perlengkapan produksi atau biaya operational ini membengkak.

Pada perhitungan pertama, nilai minimal jumlah yang harus diproduksi setiap bulannya didapat dari:

$$(X + (Y \times N)) / (H - Y) \approx N$$

$$(19.785.473 + (49.310 \times N)) / (125.000 - 49.310) \approx N$$

$$N = 261.4 \text{ order dibulatkan menjadi } 262 \text{ order}$$

Dimana :

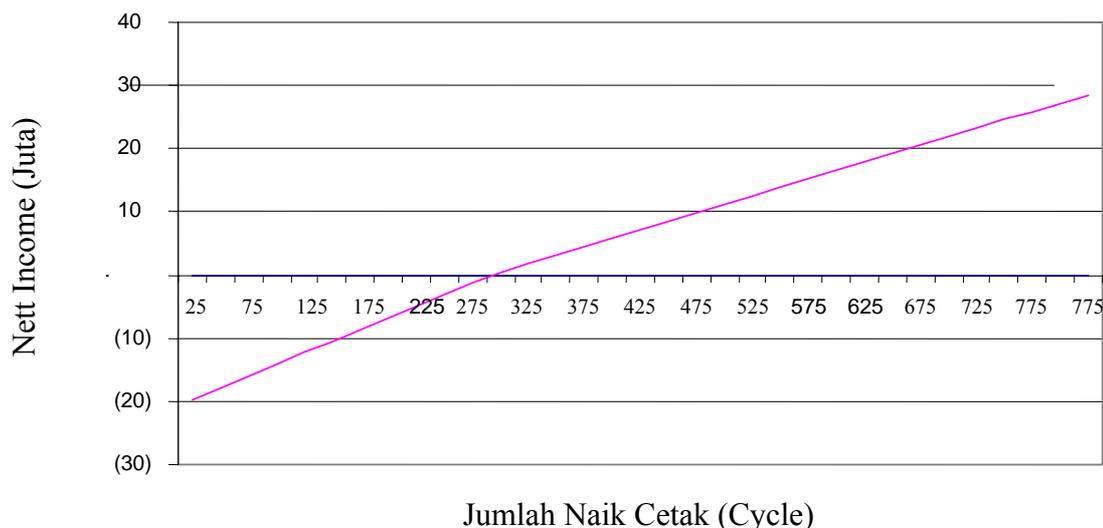
X = Biaya Variabel diluar perlengkapan produksi

Y = Biaya perlengkapan produksi

N = Jumlah Order minimal

H = Harga ongkos cetak

Sensitifitas dari *nett income* terhadap jumlah naik cetak dapat terlihat pada gambar 4.6:



Gambar 4.6. Sensitifitas dari *nett income* terhadap jumlah naik cetak

Apabila order yang didapat di atas garis, maka bisa dikatakan perusahaan masih profit, namun apabila pesanan yang didapat masih di bawah garis, berarti perusahaan telah mengalami kerugian.

Sedangkan pada perhitungan kedua, apabila operational akan membengkak dari prediksi, berapa titik perpotongan agar perusahaan mengetahui titik keuntungan dan kerugiannya.

#### 4.3.11. Kesimpulan Analisis Aspek Keuangan

Dikethui bahwa usaha percetakan dengan sasaran utama butik ini sangat menjanjikan untuk didirikan. Percetakan akan semakin menjanjikan ketika sasaran pasar tidak hanya terbatas bagi butik saja, karena kartu nama adalah kebutuhan bagi semua perusahaan, serta mesin cetak tersebut juga bisa menerima majalah dan lain sebagainya.

#### 4.4. Analisis Aspek Sosial dan Lingkungan

Aspek yang terkadang dianggap sepele adalah aspek sosial, semakin timbul rasa individual pada seseorang, maka aspek ini akan semakin pudar adanya. Oleh karena itu atas peraturan dari RT setempat bahwa apabila mendirikan sebuah badan usaha apapun, baik yang besar atau skala *home industry* harus meminta ijin kepada tetangga depan, belakang, samping kiri dan kanannya.

Apabila tetangga tidak menyetujui dengan alasan yang tepat untuk pembukaan usaha tersebut maka RT setempat akan menganjurkan agar usaha tersebut tidak dibuka. Biasanya faktor-faktor yang mengganggu kehidupan sosial adalah bunyi yang keras atau tidak enak didengar, kegiatan karyawan yang berlebihan, dan masih banyak lagi.

Aspek lingkungan memang sering kali terlupakan bahkan sebagian orang mengabaikannya. Karena menjaga lingkungan dari dampak negatif memang membutuhkan biaya, namun perlu disadari dampak yang kelihatan kecil bisa mengakibatkan hal yang besar di kemudian hari.

#### **4.4.1. Dampak Positif Aspek Sosial Bagi Masyarakat Sekitar**

Dampak positif dari hadirnya percetakan ini salah satunya adalah membuat lapangan kerja baru proses menjilid majalah, menghitung hasil cetakan dan beberapa item lainnya bisa dikerjakan orang sekitar diluar karyawan perusahaan dengan sistem borongan. Selain itu apabila memungkinkan dikemudian hari percetakan tersebut bisa mengadakan acara seperti bagi sembako untuk lingkungan sekitar yang kurang mampu atau bersih lingkungan bersama dan sebagainya.

#### **4.4.2. Dampak Negatif Aspek Sosial Bagi Masyarakat Sekitar**

Dampak negatif dari sebuah percetakan biasanya karena suara mesin yang keras sehingga mengganggu tetangga, apalagi bila kegiatan percetakan di malam hari karena lembur atau suatu hal.

#### **4.4.3. Cara yang Dilakukan agar Dampak Negatif Aspek Sosial Bisa Serendah Mungkin**

Dalam merancang *layout* mesin cetak, mesin cetak ini haruslah terletak didalam, dinding-dindingnya akan diberi karpet untuk meredam suara yang dikeluarkan mesin cetak. Dengan demikian diharapkan suara tidak sampai terdengar dari luar pagar.

#### **4.4.4. Limbah yang Membuat Dampak Negatif Pada Lingkungan Sekitar**

Limbah dari percetakan yang berakibat dampak negatif diantaranya limbah tinta hasil pembersihan mesin cuci, limbah kain lap yang digunakan untuk membersihkan blanket, limbah kertas hasil potongan kertas, limbah sisa air pencucian plat.

#### **4.4.5. Cara Penanganan Limbah Tersebut**

Limbah tinta hasil pencucian dan limbah air pencucian plat bisa disendirikan dalam sebuah wadah sebagai contoh dalam tong, kemudian dibawa diperusahaan yang menerima jasa pengolahan limbah. Sedangkan limbah sisa lap untuk membersihkan blanket bisa dijemur hingga kering, kemudian bisa diberikan pada pembeli barang rongsok yang kemudian bisa didaur ulang kembali demikian pula kertas sisa. Harga rongsok kertas sisa jenis HVS yang masih belum ternoda tinta bisa dijual Rp. 2000,-per kg. Sedangkan kain lap sisa hanya dihargai Rp.200,-per kg nya.