



PROPOSAL BISNIS

RANCANGAN APLIKASI D'PHONE PADA DIERMAN CELLULER BERBASIS WEBSITE

Disusun Oleh :

Nama : Dwiki Alan Saputra

NIM : A22.2018.02659

Program Studi : Teknik Informatika - DIII

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
SEMARANG**

2020



BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.2 Latar Belakang

E-Commerce bentuk perkembangan sistem perdagangan yang lebih dikenal dengan “sistem perdagangan elektronik” sehingga segala bentuk kemudahan dapat terwujud dengan aktivitas perdagangan elektronik ini. Sistem perdagangan ini merupakan suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (business to consumer). Aplikasi e-commerce dapat mempersingkat waktu hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (door to door, one-to-one relationship).

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad internet. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi e-commerce merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan.

Dengan adanya pandemi COVID-19 yang merebak di negara-negara, upaya isolasi dan *self-distancing* pun gencar dilakukan oleh masyarakat. Perusahaan-perusahaan mendorong karyawan untuk bekerja dari rumah (*work from home*), sekolah dan perkuliahan dipindah ke *online*, dan masyarakat semakin menolak untuk pergi ke tempat umum dan kerumunan. Namun masyarakat tetap perlu memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan di sinilah COVID-19 berdampak pada *e-commerce*. Oleh sebab itu penulis menawarkan aplikasi *e-commerce* bagi penjual produk secara online. yang fitur-fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko online itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan secara otomatis. Dan konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap product yang dibutuhkan secara cepat, efisien dan tentu saja aman.

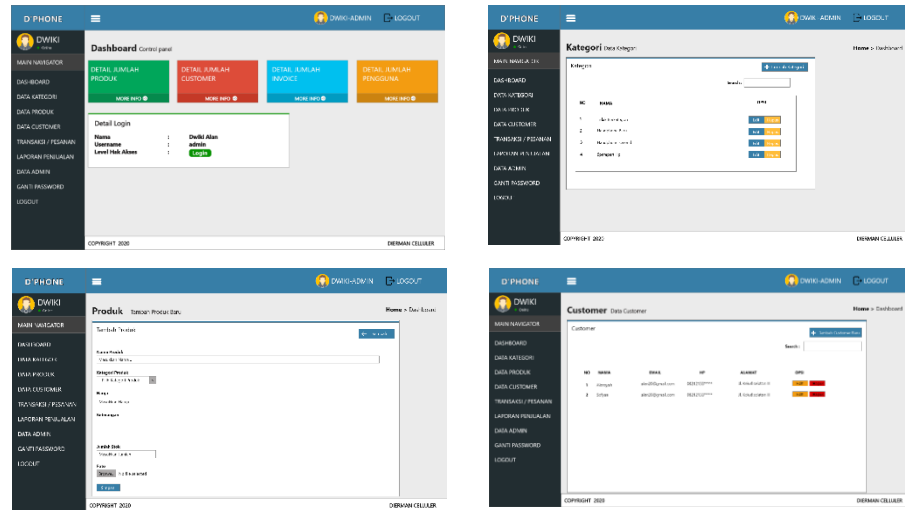
Penulis akan merancang sebuah *e-commerce* toko ponsel yang nantinya akan menyediakan berbagai merk ponsel, aksesoris, sparepart mesin ponsel beserta spesifikasi dan harga dari setiap product tersebut dalam rancangan *e-commerce* pada **D'PHONE**. Berdasarkan latar belakang diatas penulis akan mengambil judul tugas proposal yaitu **“APLIKASI SISTEM E-COMMERCE PADA D'PHONE BERBASIS WEBSITE”**.

1.2 Produk dan Teknologi

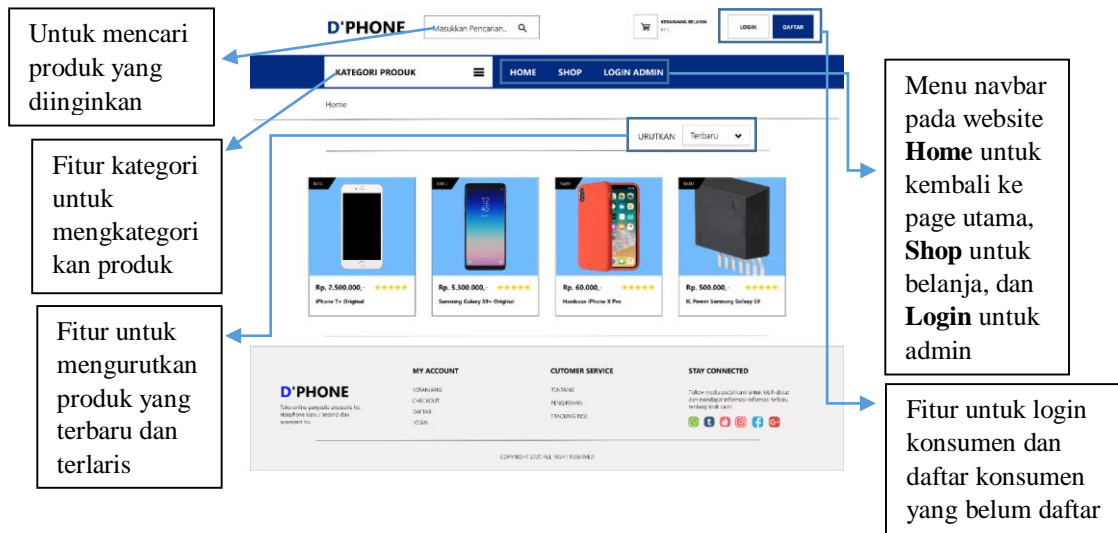
Dengan masalah dan solusi yang sudah kami tawarkan, kami ingin membuat suatu produk teknologi *e-commerce* berbasis *website* yang bernama **“D'PHONE”** dimana website yang kami rancang menyediakan fitur untuk dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*). Jika konsumen terdaftar sebagai member maka akan mendapatkan tawaran menarik sesuai yang di tentukan dari **D'PHONE**.

Di toko D'Phone ini kami menjual berbagai aksesoris handphone semua merk, Handphone baru maupun second, serta sparepart mesin handphone oleh karena itu D'Phone adalah salah satu solusi bagi konsumen untuk membeli kebutuhan handphone, Dengan fitur website yang sangat friendly dan sedap di pandang saat berbelanja selain itu website D'Phone ini selalu memberikan penawaran produk yang original dan bergaransi serta harga yang bisa dibilang lebih rendah dari toko lainnya.

1.2.1 Ilustrasi Produk D'PHONE



Ilustrasi 1. Halaman backend pada website D'Phone



Ilustrasi 2. Landing page e-commerce pada D'Phone

BAB II

ASPEK PEMASARAN

2.1 Analisis Pasar

Dalam melakukan analisis potensi pasar, maka diperlukan untuk mengetahui segmentasi pasar agar pengelompokkan konsumen dapat berjalan dengan efektif.

2.1.1 Segmentasi Geografis

Seluruh masyarakat Indonesia dan WNA dapat mengakses website Dierman Celluler dimanapun dan kapanpun asalkan ada akses internet. Khususnya masyarakat kota Palembang dan sekitarnya, meliputi kabupaten Banyuasin, kabupaten Musi Banyuasin.

2.1.2 Segmentasi Demografis

Yaitu segmentasi pasar yang dikelompokkan berdasarkan:

- Usia, berkisar antara 17-45 tahun.
- Jenis kelamin, yaitu pria dan wanita.
- Pendidikan dan pekerjaan dari semua kalangan.
- Agama, yaitu Islam, Kristen, Khatolik, Hindu, dan lainnya
- Kebangsaan yaitu kebangsaan Indonesia maupun berkebangsaan Negara lain.

2.1.3 Segmentasi Psikografis

Pada segmentasi ini, kami menganalisis pasar ke dalam berbagai konsumen berdasarkan sifat psikologi dan gaya hidup atau nilai, Kelompok-kelompok tersebut berasal dari kalangan kelas sosial bawah sampai kelas menengah keatas yang cenderung lebih suka membeli aksesoris atau kebutuhan smartphone yang menjadi kebutuhan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan yang lebih dalam menggunakan smartphone.

2.1.4 Target Pasar

Setelah melakukan analisis potensi pasar menggunakan pendekatan identifikasi segmen, maka adapun target pasar serta persaingan pasar yang sudah dipertimbangkan berdasarkan beberapa segmentasi yang telah dianalisis yakni Target pasar yang menjadi peluang usaha *e-commerce* adalah seluruh masyarakat Indonesia yang mengakses internet yang memanfaatkan *smartphone* untuk berbelanja online, dari konsumen berumur 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan.

2.1.5 Posisi D'PHONE

Produk kami merupakan teknologi berbasis *website* yang bernama D'PHONE dimana menyediakan berbagai *fiture* yang kami sediakan untuk konsumen berbelanja dengan nyaman tujuan memberikan solusi untuk konsumen yang mengeluarkan banyak tenaga untuk pergi ke toko nya langsung maka hanya dengan mengakses internet dan berbelanja di website D'PHONE lebih memudahkan dan nyaman.

D'PHONE berlokasi di Jl. Desa Mulyorejo simpang B4, Srigunung, Kec. Sungai Lilin, Kab. Musi Banyuasin, Prov. Sumatra Selatan kode pos 30755.

2.1.6 Dampak Positif D'PHONE

1. Bagi Masyarakat / Konsumen

Pada masa pandemic COVID-19 ini kita dianjurkan untuk isolasi dirumah masing-masing dan tidak berkontak fisik langsung dengan sekitar, Dengan ada nya *website e-commerce* menjadi salah satu solusi untuk tetap memenuhi kebutuhan tanpa harus keluar rumah.

2. Bagi Penjual

Lebih efesien dalam penjualan product yang disediakan sehingga bisa lebih menghemat waktu dan tenaga.

2.2 Kompetitor

Berdasarkan pantauan dan hasil survei yang telah kami lakukan, ada beberapa model platform penjualan berbasis website yang diterapkan di Indonesia, yakni sebagai berikut:

2.2.1 Website Sinar Mutiara Celluler (www.sinarmutiaracell.com)

Kelebihan :

- Tampilan website sangat *rensponsive* dan friendly sehingga membuat nyaman buat konsumen saat berbelanja.

Kekurangan :

- Tidak ada fitur COD dalam pembayaran produk.
- Tidak ada layanan chat bot untuk konsumen ketika berbelanja.
- Tidak memiliki fitur pemblokiran terhadap pembeli yang bermasalah.

2.2.2 Website Laku6 (www.laku6.com)

Kelebihan :

- Memiliki fitur COD untuk konsumen.
- Memiliki tampilan website yang Friendly .

Kekurangan :

- Memiliki tampilan yang sedikit kurang responsive pada tampilan banner.
- SEO yang kurang optimal ketika hendak dicari di google.
- Tidak memiliki fitur pemblokiran terhadap pembeli yang bermasalah.

2.2.3 Website Hijup (www.hijup.com)

Kelebihan :

- Memiliki fitur login menggunakan google dan facebook untuk konsumen
- Tampilan yang simpel

Kekurangan :

- Memiliki kombinasi warna yang kurang enak dilihat.
- Metode pembayaran hanya menerima kartu kredit dari dua bank yakni Bank Central Asia dan Bank Mandiri.

2.2.4 Website **erafone** (www.eraspace.com)

Kelebihan :

- Tampilan website yang sederhana dan simple dan ringan sehingga tidak perlu menunggu terlalu lama untuk membukanya.
- Kemudahan petunjuk saat dalam pemesanan barang dan pembelian barang
- Tersedianya kontak customer service dan alamat store yang lengkap jika nanti ada keluhan dari pelanggan

Kekurangan :

- Barang yang dijual tidak terlalu lengkap hanya menjual handphone dari brand ternama saja.
- Harga barang yang sudah di banderol sehingga tidak ada proses tawar menawar lagi.
- Tidak adanya sistem pembayaran Cash On delivery (COD)

2.3 Trend Industri

Salah satu faktor terbesarnya adalah pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni sebesar 21% dari total populasi atau sebanyak 57,3 juta orang pada tahun 2019. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya jumlah pengeluaran masyarakat untuk belanja barang konsumen secara *online* sebesar 23% pada tahun 2018 dibanding dengan tahun 2017.

Faktor lain yang juga ikut berpengaruh adalah semakin banyaknya jumlah perusahaan teknologi finansial sehingga memungkinkan metode pembayaran yang beragam. Menurut data Google pada Juli 2018, sekitar 66% masyarakat Indonesia tidak memiliki rekening bank. Dengan munculnya berbagai aplikasi dan fitur pembayaran serta

dompet *online* melalui *smartphone*, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi *online*. Ditambah lagi, banyak investor asing yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan teknologi *e-commerce*. Tokopedia misalnya, menerima investasi senilai USD 1,1 miliar dari Alibaba pada tahun 2017 yang akhirnya membuat Tokopedia menjadi perusahaan *unicorn*.

Dengan pesatnya pertumbuhan ini, tiap bisnis dan *brand* berlomba-lomba untuk meningkatkan *online presence* dan mendorong penjualan mereka dengan masuk ke berbagai platform penjualan *online*. Untuk bisa bersaing dengan *brand-brand* lainnya, pebisnis harus bisa memahami tren dan perilaku pasar. Hal ini dapat membantu pebisnis mengelola bisnis, mengembangkan produk, serta memaksimalkan penjualan mereka.

Memasuki tahun 2021, SIRCLO, perusahaan penyedia layanan solusi *e-commerce* (*e-commerce enabler*) memaparkan beberapa tren dan peluang yang akan dihadapi oleh pelaku bisnis dalam era digital ini. “Berdasarkan hasil penelitian internal dan *insight* yang kami dapatkan dari klien *brand* kami, kami menyimpulkan setidaknya terdapat tiga tren industri *e-commerce* yang perlu diantisipasi oleh *brand* dan pemilik usaha di tahun ini,” ungkap Brian Marshal, CEO dan Founder SIRCLO. Untuk mempertajam strategi dan memaksimalkan investasi di ketiga pilar peluang tersebut, *brand* perlu memiliki partner *e-commerce enabler* yang handal. *E-commerce enabler* adalah perusahaan yang menyediakan solusi digital *end-to-end* untuk memasarkan produk secara digital, hingga ke jalur distribusi *online*.

Menurut SIRCLO, dibandingkan dengan membangun teknologi dan sistem *e-commerce* terintegrasi dari nol, sebuah *brand* dapat menghemat setidaknya 92% dari nilai total investasi yang dibutuhkan, apabila bekerjasama dengan *enabler*. Brian optimis bahwa kehadiran *e-commerce enabler* akan terus berkembang pesat, sejalan dengan tren jual-beli *online* yang kian meningkat. Dengan banyaknya peluang yang terbuka, *brand* pun harus memilih mitra *e-commerce enabler* yang tepat, memahami strategi pemasaran digital, sistem rantai pasok yang efisien dan cakupan layanan yang lengkap.

Adapun tiga pilar yang perlu dioptimalkan adalah: *Pertama*, peningkatan daya beli dan *engagement* di wilayah luar pulau Jawa. Data internal SIRCLO yang diperoleh dari kampanye HARBOLNAS 12.12 lalu menunjukkan peningkatan transaksi *e-commerce* yang signifikan dari wilayah-wilayah di luar Pulau Jawa, seperti Bengkulu, Nusa Tenggara

Barat, dan Papua. Potensi dan aktivitas *e-commerce* yang melambung ini diprediksi akan terus meningkat di tahun 2020. Sehingga, penting bagi *brand* untuk mulai meningkatkan fokus dan aktivitas ke luar Pulau Jawa.

Kedua, pertumbuhan industri *e-commerce* Indonesia didominasi oleh penjualan ritel yang terdiri dari beberapa kategori, seperti fesyen, *consumer goods*, maupun produk-produk kecantikan dan kesehatan. Pertumbuhan pesat ini banyak difasilitasi oleh kehadiran *marketplace*. Dengan kemudahan dalam membuka lapak atau toko *online*, kini pelaku bisnis dapat menawarkan jasa atau produk secara digital dengan jangkauan konsumen yang lebih luas. Selain itu, munculnya banyak *brand* baru di beberapa tahun terakhir juga akan mempengaruhi pertumbuhan jumlah *reseller* dan distributor dari *brand-brand* tersebut.

Ketiga, konsumen di era modern cenderung memiliki kebiasaan belanja yang memanfaatkan platform *online* sekaligus *offline*. Menurut data dari McKinsey, 20% pelanggan Indonesia biasanya melakukan riset produk di toko *online* sebelum akhirnya membeli produk di toko *offline*. “Kedua segmen semakin terikat dan tak terpisahkan. Bila *brand* memiliki presensi *online* yang baik, maka penjualan *offline* pun akan meningkat,” tambah Brian. Menanggapi ketiga tren tersebut, *brand* dan pemilik bisnis perlu semakin cermat dalam memahami strategi yang dibutuhkan untuk memaksimalkan pertumbuhan bisnis.

2.4 Strategi Pemasaran

Setelah mengetahui bahwa D’Phone memiliki peluang yang cukup besar jika dilihat dari tren industry saat ini, maka diperlukan analisis strategi pemasaran agar aplikasi berbasis website D’Phone dapat dikenal dan digunakan seluruh rakyat Indonesia bahkan rakyat luar negeri, Di sini kami menggunakan beberapa aspek strategi pemasaran di era sekarang, berikut strategi pemasaran metode *marketing mix 4p* :

- a. Product** – Sebagai pemanfaatan dari media sosial untuk **D’Phone** kami menawarkan product yang berkualitas dan original dengan harga yang terjangkau untuk konsumen yang ingin berbelanja selain itu product dari D’Phone ini memiliki garansi untuk sebagian barang yang sekiranya tepat untuk diberi garansi.
- b. Price** – Dalam menawarkan product dari **D’Phone** kami memberikan kisaran harga yang cukup dan relatif murah :

- **Aksesoris Handphone** : Rp 5.000 – Rp 200.000
 - **Handphone Second** : Rp 500.000 – Rp 3.000.000± sesuai merk Hp
 - **Sparepart Hp** : Rp 60.000 – Rp 400.000± sesuai item
 - **Handphone Baru** : Rp 800.000 – Rp 4.000.000+ sesuai merk hp
- c. **Place – D'Phone** dapat diakses di seluruh wilayah Indonesia maupun luar negri yang terakses internet, Selain itu khusus yang berdomisili di Palembang akan mendapatkan tawaran yang menarik dari D'Phone sesuai lokasi Palembang dimananya.
- d. **Promotion** - Untuk promosi D'Phone memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Dll. Selain itu D'Phone melakukan kerja sama dengan *Influencer* kota Palembang supaya lebih terkenal di kotanya sendiri terlebih dahulu kemudian ke kota-kota besar lainnya.

BAB III TIM MANAGEMEN

3.1 Struktur Organisasi



Dwiki Alan Saputra
Chief Executive Officer



Eri Achmad Alfara
Chief Marketing Officer



Isworo Jati Susilo
Chief Technology Officer



Danny Wicaksono
Chief Techonology Officer

3.2 Deskripsi Bagian

1. Chief Executive Officer
 - a. Memberi perintah / tugas kerja kepada bagian-bagian.
 - b. Membuat kebijakan-kebijakan terhadap perkembangan website Dierman Celluler.
 - c. Melayani konsumen yang mengalami masalah dalam system website Dierman Celluler.
 - d. Melakukan kontrol / monitoring terhadap perkembangan usaha.
2. Chief Technology Officer
 - a. Mengerjakan Basis Data yang berkaitan dengan sistem Dierman Celluler.
 - b. Membuat desain alur sistem informasi yang efisien untuk Dierman Celluler.
 - c. Memilih Framework dan tools yang digunakan dalam pengembangan website Dierman Celluler.

- d. Mengerjakan sistem informasi dari Dierman Celluler.
 - e. Mengembangkan website Dierman Celluler yang ringan dan elegan.
 - f. Membuat aplikasi Dierman Celluler berbasis website dengan sasaran pengguna Mobile/Smartphone.
3. Chief Marketing Officer
- a. Menyusun dan mengatur keuangan Dierman Celluler.
 - b. Menjawab pertanyaan dan keluhan dari konsumen secara online.
 - c. Membuat poster yang berkaitan dengan promosi Dierman Celluler.
 - d. Mengerjakan segala sesuatu yang berkaitan dengan desain.
 - e. Ikut memberikan masukan soal desain antarmuka website Dierman Celluler.

3.3 Analisis Sumber Daya

Tim kami mempunyai sumber daya yang mumpuni untuk menjalankan usaha dibidang E-Commerce berbasis website ini. Hal tersebut dibuktikan dengan membuat berbagai sistem di dalam website Dierman Celluler. Beberapa skill yang dikuasai oleh anggota Dierman Celluler yaitu:

- a. Menguasai Web Programming (HTML, CSS, JavaScript/ES6,Laravel Framework dan MySQL, REST Web Service).
- b. Menguasai Adobe XD, Adobe Photoshop, dan Adobe Priemer.
- c. Dapat mengoperasikan *Software* komputer dengan baik.
- d. Kemampuan yang baik dalam Akuntansi dan Marketing
- e. Kemampuan Komunikasi dan Bekerja sama dalam Tim.

BAB IV PROYEKSI KEUANGAN

4.1 Pengeluaran Awal Tahun Pertama

A. Perkembangan Aplikasi

NO	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Intel PC [i5 650 / HDD 500 GB]	Baru	1	Rp 3.500.000,-
2	Monitor Led Samsung F390	Baru	1	Rp 1.500.000,-
3	Domain	Paket/Tahun	1	Rp 500.000,-
4	Internet	10 Mbps	1	-
5	Promosi Awal	Lengkap	1	Rp 3.500.000,-
Total				Rp 9.000.000,-

4.2 Pengeluaran Bulanan

NO	Nama Barang	Satuan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Gaji karyawan	Rp 1.250.000,-	4	Rp 5.000.000,-
2	Internet	Rp 250.000,-	1	Rp 250.000,-
3	Promosi	Rp 300.000,-	1	Rp 300.000,-
4	Pengembangan Apps	Rp 500.000,-	1	Rp 500.000,-
5	Lain-lain	Rp 250.000,-	1	Rp 250.000,-
Total				Rp 6.300.000,-
Total 1 Tahun				Rp 75.600.000,-
Pengeluaran Tahun Pertama				Rp 84.600.000,-

4.3 Pengeluaran Tahunan

NO	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Domain + Hosting	PerTahun	1	Rp 2.000.000,-
Total				Rp 2.000.000,-
Pengeluaran Setiap Tahun				Rp 77.600.000,-

BAB V MANAJEMEN RESIKO

5.1 Analisis SWOT

A. Kekuatan(Strenght)

D'Phone memiliki sedikit keunggulan yang bisa dipertimbangkan dari toko aplikasi berbasis website lainnya, yaitu:

- a. Memiliki solusi dalam pemasaran product menggunakan aplikasi berbasis website di lokasi toko itu berdiri, sehingga mampu bersaing dengan toko lainya
- b. Tim **D'Phone** memiliki background yang bagus dalam perkembangan aplikasi berbasis website ini karena memahami bahasa pemrograman yang digunakan dan mampu mengimplementasikan dalam pembuatanya.
- c. Dalam segi product **D'Phone** memiliki keunggulan yaitu selalu memberikan barang yang Original dan bergaransi untuk hamper semua item serta memiliki harga yang cukup terjangkau.
- d. Dari segi website **D'Phone** memiliki tampilan yang sangat friendly dan menggunakan beberapa warna saja dalam pemakaian sehingga lebih nyaman konsumen berbelanja di **D'Phone**.

B. Kelemahan(Weakness)

Kelemahan dari aplikasi **D'Phone** yaitu masih melakukan konfirmasi pembayaran secara manual oleh pemilik toko dan tidak memiliki fitur pelayanan ke konsumen secara 24 jam atau chat bot.

C. Peluang(Opportunity)

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Sumsel Semester I 2020 (c to c) tercatat sebesar 1,75 persen. Meski berkontraksi sebesar -1,37 persen secara year on year, dan terkoreksi sebesar -2,3 persen dibandingkan kuartal sebelumnya, namun secara kumulatif pertumbuhan ekonomi Sumsel sebesar 1,75 persen masih menjadi yang tertinggi dibandingkan sembilan provinsi lain di Sumatra.

Dari data perkembangan ekonomi diatas bisa menjadi peluang besar bagi **D'Phone** untuk melancarkan penjualan product, di era sekarang smartphone sudah menjadi

kebutuhan wajib bagi masyarakat Indonesia karena sekarang serba online oleh karena itu D'Phone memiliki peluang besar dalam pemasaran product, target pertumbuhan toko kami yaitu masyarakat yang mengakses internet.

D. Ancaman(Threat)

Ancaman dari **D'Phone** adalah munculnya aplikasi baru yang sejenis *e-commerce* dengan focus serupa, selain itu semakin perkembangannya teknologi aksi hacker(*white hat*, *grey hat*, dan *black hat*) menjadi salah satu ancaman yang harus diwaspadai dalam perkembangan website **D'Phone** in.

BAB VI

PROYEKSI KEBERHASILAN

6.1 Pendapatan Tahun Pertama

PERKIRAAN PENDAPATAN BULAN 1				
NO	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH BARANG(Minggu)	HARGA	PENDAPATAN(RP)
1	Aksesoris	4	Rp 40.000	Rp 640.000
2	Hp Second	1	Rp 800.000	Rp 3.200.000
3	Hp Baru	1	Rp 1.200.000	Rp 4.800.000
4	Sparepart Hp	4	Rp 100.000	Rp 1.600.000
TOTAL				Rp 10.240.000
15% D'Phone				Rp 1.536.000
*ASUMSI 4 PRODUK TIAP MINGGU BELANJA MENGGUNAKAN D'PHONE				Rp 8.704.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 2 BULAN BERIKUTNYA				
NO	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH BARANG(Minggu)	HARGA	PENDAPATAN(RP)
1	Aksesoris	6	Rp 40.000	Rp 1.920.000
2	Hp Second	2	Rp 800.000	Rp 12.800.000
3	Hp Baru	1	Rp 1.200.000	Rp 9.600.000
4	Sparepart Hp	6	Rp 100.000	Rp 4.800.000
TOTAL				Rp 29.120.000
15% D'Phone				Rp 4.368.000
*ASUMSI 4 PRODUK TIAP MINGGU BELANJA MENGGUNAKAN D'PHONE				Rp 24.752.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
NO	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH BARANG(Minggu)	HARGA	PENDAPATAN(RP)
1	Aksesoris	9	Rp 40.000	Rp 3.320.000
2	Hp Second	4	Rp 800.000	Rp 38.400.000
3	Hp Baru	2	Rp 1.200.000	Rp 28.800.000
4	Sparepart Hp	10	Rp 100.000	Rp 12.000.000
TOTAL				Rp 82.520.000
15% D'Phone				Rp 12.378.000
*ASUMSI 4 PRODUK TIAP MINGGU BELANJA MENGGUNAKAN D'PHONE				Rp 70.142.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
NO	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH BARANG(Minggu)	HARGA	PENDAPATAN(RP)
1	Aksesoris	12	Rp 40.000	Rp 5.760.000
2	Hp Second	6	Rp 800.000	Rp 57.600.000
3	Hp Baru	3	Rp 1.200.000	Rp 43.200.000
4	Sparepart Hp	13	Rp 100.000	Rp 15.600.000
TOTAL				Rp 122.160.000
15% D'Phone				Rp 18.324.000
*ASUMSI 4 PRODUK TIAP MINGGU BELANJA MENGGUNAKAN D'PHONE				Rp 103.836.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
NO	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH BARANG(Minggu)	HARGA	PENDAPATAN(RP)
1	Aksesoris	14	Rp 40.000	Rp 6.700.000
2	Hp Second	8	Rp 800.000	Rp 76.800.000
3	Hp Baru	5	Rp 1.200.000	Rp 72.000.000
4	Sparepart Hp	16	Rp 100.000	Rp 19.200.000
TOTAL				Rp 174.700.000
15% D'Phone				Rp 26.205.000
*ASUMSI 4 PRODUK TIAP MINGGU BELANJA MENGGUNAKAN D'PHONE				Rp 148.495.000
PENDAPATAN D'PHONE PADA TAHUN 1				Rp 62.811.000
PENDAPATAN PENYEDIA PRODUK D'PHONE PADA TAHUN 1				Rp 355.929.000

6.2 Kondisi Optimasi Tahun Pertama

ALIRAN DANA D'PHONE SELAMA 5 BULAN OKTOBER 2020 s/d SEPTEMBER 2021

	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	JANUARI	FEBRUARI
PENERIMAAN KAS					
PENDAPATAN PERBULAN	Rp 1.536.000	Rp 4.368.000	Rp 4.368.000	Rp 12.378.000	Rp 12.378.000
LAIN-LAIN					
TOTAL PENERIMAAN KAS	Rp 1.536.000	Rp 4.368.000	Rp 4.368.000	Rp 12.378.000	Rp 12.378.000
PENGELUARAN KAS					
BAYAR MODAL AWAL	TERHITUNG	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000
GAJI KARYAWAN	TERHITUNG	TERHITUNG	TERHITUNG	TERHITUNG	TERHITUNG
INTERNET	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
PROMOSI	Rp -	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
PENGEMBANGAN APPS	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
LAIN-LAIN	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
TOTAL PEMBAYARAN KAS	Rp 900.000	Rp 3.100.000	Rp 3.100.000	Rp 3.100.000	Rp 3.100.000
SALDO AKHIR BULAN					
SISA HUTANG MODAL	Rp 9.000.000	Rp 7.200.000	Rp 5.400.000	Rp 3.600.000	Rp 1.800.000
PIUNTANG GAJI	Rp 5.000.000	Rp 10.000.000	Rp 15.000.000	Rp 20.000.000	Rp 25.000.000
KAS	Rp 636.000	Rp 1.899.000	Rp 3.167.000	Rp 12.445.000	Rp 21.733.000

MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER
Rp 12.378.000	Rp 18.324.000	Rp 18.324.000	Rp 18.324.000	Rp 26.205.000	Rp 26.205.000	Rp 26.205.000
Rp 12.378.000	Rp 18.324.000	Rp 18.324.000	Rp 18.324.000	Rp 26.205.000	Rp 26.205.000	Rp 26.205.000
Rp 1.800.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Rp 9.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
Rp 13.100.000	Rp 11.300.000	Rp 10.300.000	Rp 9.300.000	Rp 9.300.000	Rp 6.300.000	Rp 6.300.000
Rp -	LUNAS	LUNAS	LUNAS	LUNAS	LUNAS	LUNAS
Rp 20.000.000	Rp 15.000.000	Rp 11.000.000	Rp 8.000.000	Rp -	LUNAS	LUNAS

Rp 21.011.000	Rp 28.035.000	Rp 36.059.000	Rp 45.083.000	Rp 61.988.000	Rp 81.893.000	Rp 101.798.000
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------

6.3 Pengembalian Investasi

ROI bisa juga diartikan sebagai rasio laba bersih terhadap biaya. Rumus menghitung ROI adalah sebagai berikut :

$$\text{ROI} = (\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}) : \text{Investasi}$$

$$\begin{aligned}\text{ROI} &= (\text{Rp } 355.929.000 - \text{Rp } 84.600.000) : \text{Rp } 84.600.000 \\ &= \text{Rp } 271.329.000 : \text{Rp } 84.600.000 \\ &= 3,3\%\end{aligned}$$

Maka dalam setahun pengembalian investasi D'Phone sebanyak 3,3%

***KETERANGAN :**

Diatas merupakan gambaran cashflow kondisi optimis selama 5 bulan, pada bulan ke tujuh sisa hutang modal lunas, pada bulan ke sebelas hutang gaji lunas dan sudah mulai mendapatkan pendapatan bersih.