

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS TRAVEL ARQAM ONLINE DITINJAU DARI ASPEK PASAR, TEKNIS DAN FINANSIAL

Annisa Amalia Ananda<sup>1</sup>, Endang Chumaidiyah<sup>2</sup>, Bobby Hera Sagita<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

<sup>1</sup>[annisaamalia08@gmail.com](mailto:annisaamalia08@gmail.com) <sup>2</sup>[endangchumaidiyah@yahoo.co.id](mailto:endangchumaidiyah@yahoo.co.id) <sup>3</sup>[bobyhs.telkomu@gmail.com](mailto:bobyhs.telkomu@gmail.com)

### Abstrak

Arqam Tour merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan beberapa jenis penjualan yang berguna untuk membantu perjalanan ke berbagai tujuan sebagai produk bisnis. Berbagai jenis penjualan yang dijual meliputi beberapa item pendukung perjalanan. Jenis-jenis penjualan yang ditawarkan adalah penjualan tiket pesawat, tiket kereta api, voucher hotel, hingga paket tour ke berbagai destinasi seperti Singapore, Thailand, Bali dan Malang.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang terdiri dari penduduk kota Bandung berusia 20-59 tahun yang sudah pernah melakukan travelling. Hasil pengolahan kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran Arqam Tour. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan pasar potensial untuk penjualan sebesar 64%, sedangkan pasar tersedia untuk penjualan sebesar 59%. Dari kedua hasil tersebut, perusahaan membidik 1% dari pasar tersedia untuk dijadikan pasar sasaran.

Setelah dilakukan penelitian kepada analisis kelayakan Arqam Tour, diperoleh hasil bisnis ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan NPV, bisnis dinyatakan layak karena nilai NPV yang didapat sebesar Rp 33.349.454 lebih dari 0. Lalu berdasarkan PBP investasi akan kembali pada periode tahun ke 4 bulan ke 3. Terakhir berdasarkan IRR bisnis ini layak dijalankan karena nilai IRR didapat 27% melebihi MARR yang ditentukan sebesar 12%. Karena hasil ketiga kriteria investasi tersebut menyatakan hasil tersebut, maka bisnis Arqam Tour dinyatakan layak dijalankan.

Kata Kunci : Analisis Kelayakan, IRR, NPV, PBP, Arqam Tour

### Abstract

*Arqam Tour is company which engaged in services that offer several types of sales that are usefull to help travel to various destinations as a business product. Different types of sales are on sale. The types of sales offered are the sale of airline tickets, train tickets, hotel vouchers, tour packages to various destinations such as Singapore, Thailand, Bali and Malang.*

*In this research, market aspect obtained by spreading questionnaire to 100 respondents that consists of Bandung city residents aged 20-59 years who have a traveled. Results of processed questionnaire is used to know how many potential market, available market, and targeted market for Arqam Tour. The results of questionnaire shows potential market for selling is 64%, while available market for selling is 59%. From both results, the company aim for 1% from available market to be the targeted market.*

*After doing a research on feasibility analysis of Arqam Tour, a result is obtained that this business is worthy to run. Based on NPV, this business is worthy to run because the results of NPV obtained is Rp 33.349.454 which is more than 0. Then, based on PBP, the investment will be back in the period of 4th year and 3rd month. Lastly, based on IRR, this business is worthy to run because the value of IRR obtained is 27% which is more than MARR that is determined to be 12%. Because of those three results in investment criteria, therefore business of Arqam Tour is stated to be worthy to run.*

*Keywords : Feasibility Analysis, IRR, NPV, PBP, Arqam Tour*

### 1. Pendahuluan

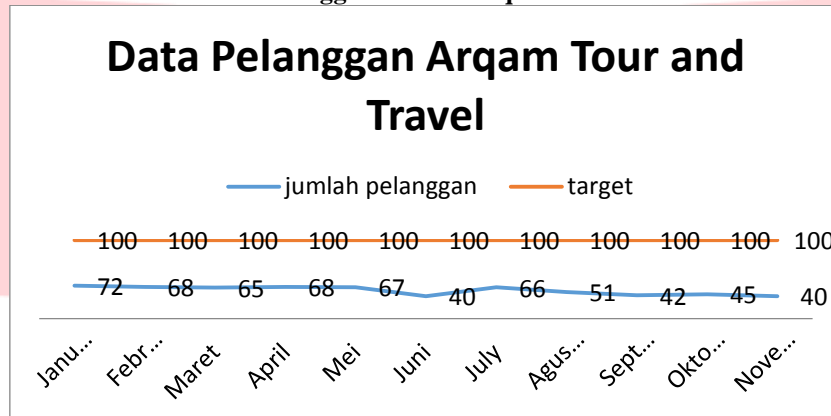
Teknologi internet merupakan sebuah sistem yang cara kerjanya yaitu saling menghubungkan tiap-tiap data yang tersedia dalam sebuah server kemudian ditransmisikan dengan ribuan kilometer kabel yang tersedia diseluruh dunia. Dengan mempertimbangkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dan meningkatnya pengguna internet di Indonesia dan menjadikan media online merupakan media yang berpotensi menunjang kinerja dari sebuah usaha. [1]

Arqam Tour merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan beberapa jenis penjualan yang berguna untuk membantu perjalanan ke berbagai tujuan sebagai produk bisnis. Berbagai jenis penjualan yang dijual meliputi beberapa item pendukung perjalanan. Jenis-jenis penjualan yang ditawarkan adalah

penjualan tiket pesawat, tiket kereta api, voucher hotel, hingga paket tour ke berbagai destinasi seperti Singapore, Thailand, Bali dan Malang.

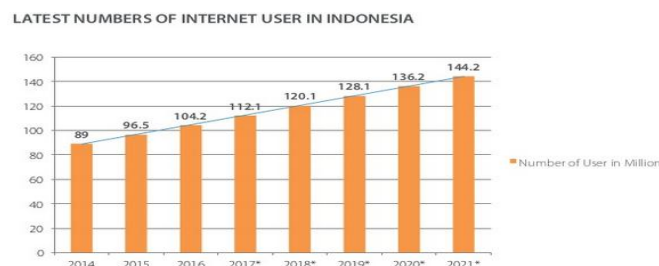
Jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya membuat Arqam Tour memiliki target penjualan setiap bulan agar dapat meningkatkan penjualan. Target yang harus dicapai setiap bulannya yaitu sebanyak 100 pelanggan. Berikut merupakan data pelanggan Arqam Tour and Travel di tahun 2016.

**Tabel I. Data Pelanggan Offline Arqam Tour Tahun 2016**



Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan bahwa pelanggan offline yang menggunakan jasa Arqam Tour selama tahun 2016 belum mencapai target yang ditentukan yaitu 100 pelanggan per bulan, bahkan di bulan Juni menunjukkan angka penurunan yaitu hanya 40 pelanggan.

Berdasarkan sumber dari apijii.or.id, pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Mulai dari tahun 2014 pengguna internet di Indonesia sebanyak 89.000.000 orang, lalu tahun 2015 naik menjadi 96.500.000 orang, kemudian 2016 kembali mengalami peningkatan sebanyak 104.200.000 orang, dan di tahun 2017-2021 merupakan prediksi pengguna internet di Indonesia yang mengalami peningkatan selama 5 tahun kedepan mulai dari 112.100.000 pengguna internet ditahun 2017 hingga 144.200.000 ditahun 2021 pengguna internet. Jumlah pengguna internet yang tinggi ini menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial untuk melakukan kegiatan bisnis secara online. Gambaran pengguna internet di Indonesia dapat dilihat dalam Gambar I. [2]



**Gambar I Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014-2021**

Dengan jumlah pengguna internet yang tinggi dan terus meningkat setiap tahunnya, internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Semakin banyak kegiatan perekonomian yang dilakukan melalui media internet, misalnya semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online (E-commerce) sebagai media transaksi. Hal ini menunjukkan perlu dibuatnya sistem online untuk meningkatkan jumlah demand dan pendapatan Arqam Tour.

## 2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

### 2.1 Dasar Teori

#### 2.1.1 Aspek Pasar

Pasar menurut para ahli, yang dikutip dari [3], merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga.

#### 2.1.2 Aspek Teknis

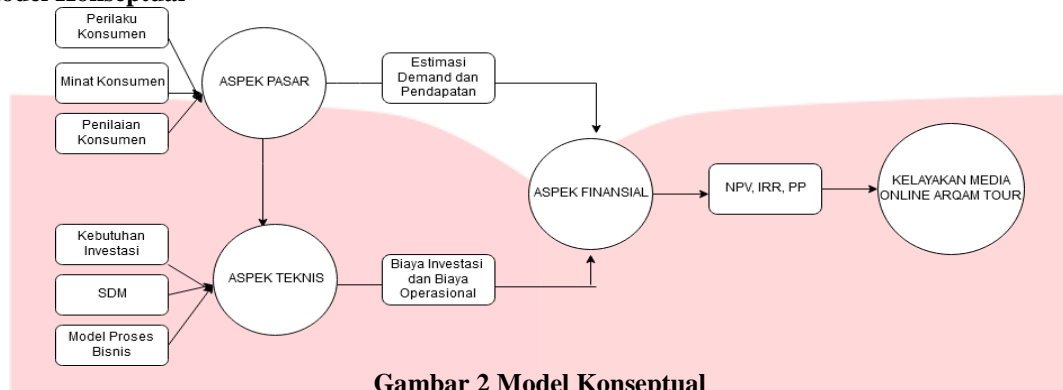
Menurut [4], aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan input (penyediaan) dan output (produk) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun.

#### 2.1.3 Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan proyek bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran

dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek dapat berkembang terus [3].

## 2.2 Model Konseptual



**Gambar 2 Model Konseptual**

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa hubungan antara aspek kelayakan yang akan diteliti aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Pada akhirnya ketiga aspek tersebut akan menghasilkan kesimpulan yang terlebih dahulu akan dianalisis sensitivitasnya dan risikonya sebelum menentukan kelayakan media online Arqam Tour.

Analisis aspek pasar bertujuan mengetahui gambaran tentang jumlah calon konsumen dari Arqam Tour, sehingga dapat digunakan untuk mengestimasi *demand* yang harus dipenuhi. Analisis aspek pasar ini merupakan salah satu aspek yang terpenting karena aspek pasar ini akan menghasilkan estimasi demand yang akan menjadi input kedua aspek lainnya yaitu aspek teknis dan aspek pasar. Aspek pasar tersebut melalui tiga tahap pengolahan data, dimana diawali dengan pengolahan pasar potensial, kemudian pengolahan data pasar tersedia dan akhirnya output dari pengolahan data pasar tersedia adalah pasar sasaran dari investasi yang akan dilakukan. Untuk menentukan besarnya pasar dan potensi pasar yang ada, perlu dilakukannya riset pasar dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber.

Analisis aspek teknis menunjukkan semua teknis operasional yang dibutuhkan Arqam Tour. Hasil analisis dari aspek teknis ini akan menunjukkan kebutuhan investasi dan biaya operasional dari Arqam Tour sehingga hal tersebut akan menjadi pertimbangan pada aspek finansial karena *output* dari aspek pasar dan aspek teknis ini akan menjadi *input* pada analisis aspek finansial. Analisis aspek ini meliputi analisis kebutuhan dana, estimasi pendapatan, biaya operasional, proyeksi laporan keuangan. Analisis ini akan menggambarkan proyeksi keuntungan usaha serta tingkat pengembalian.

Keputusan yang diambil merupakan hasil dari analisis dari ketiga aspek (pasar, teknis dan finansial). Keputusan tersebut akan diambil sesuai dengan kriteria kelayakan usaha. Kriteria kelayakan usaha dapat dilihat dari nilai NPV, IRR dan PBP yang merupakan output dari aspek keuangan. Aspek tersebut menentukan apakah usaha yang dianalisis layak untuk dijalankan atau tidak. Hasil tersebut menjadi keputusan mengenai kelayakan bisnis travel Arqam online. Selain itu pertimbangan yang lain akan diteliti meliputi analisis sensitivitas dan analisis risiko sebagai pertimbangan perusahaan dalam keputusan investasi yang akan dilakukan.

## 3. Pembahasan

### 3.1 Aspek Pasar

#### a. Pasar Potensial

Pasar potensial Arqam Tour diperoleh berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah disebar melalui google docs dan dibagikan langsung kepada responden yang terdiri dari penduduk kota Bandung berusia 20-59 tahun yang sudah pernah melakukan travelling. Terdapat sejumlah 64 responden menjawab berminat terhadap paket tour yang ditawarkan. Dapat disimpulkan bahwa pasar potensial dari Toko Bening Audio adalah sejumlah 64% untuk dari total 100 responden.

#### b. Pasar Tersedia

Pasar tersedia dari Arqam Tour diperoleh berdasarkan hasil rekapan kuesioner yang telah disebar melalui google docs dan dibagikan secara langsung kepada responden yang dilihat berdasarkan keminatan dan kemampuan beli responden terhadap paket yang ditawarkan.

Dapat disimpulkan bahwa pasar tersedia dari Arqam Tour adalah sejumlah 59% dari total pasar potensial yang terdiri dari 10 responden yang berminat dan mampu membeli paket ke Singapore, 10 responden yang berminat dan mampu membeli paket ke Thailand, 11 responden yang berminat dan mampu membeli paket ke Bali, dan 7 responden yang berminat dan mampu membeli paket ke Malang.

#### c. Pasar Sasaran

Arqam Tour sebagai perusahaan yang baru sehingga merasa tidak mampu untuk menangani sebanyak itu. Setelah dikalkulasikan, Arqam Tour merasa hanya mampu menangani 1% dari pasar tersedia. Maka jumlah

permintaan yang ditangani oleh Arqam Tour juga berdasarkan kemampuan perusahaan. Sehingga didapat *demand* dari setiap produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2 Perhitungan Perkiraan *Demand***

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Tiket Pesawat	720	792	872	960	1056
Tiket Kereta Api	166	183	202	223	246
Voucher Hotel	50	61	75	92	112
Paket Tour	92	98	104	110	117
Jumlah <i>Demand</i>	1028	1134	1253	1385	1531

### 3.2 Aspek Teknis

Aspek teknis dari Toko Bening Audio mendefinisikan model proses bisnis, kebutuhan produk, tenaga kerja, waktu kerja, lokasi usaha, layout toko, website, serta sarana dan prasarana.

#### a. Identifikasi Produk

Arqam Tour and Travel merupakan perusahaan jasa yang didirikan pada akhir tahun 2015 yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Arqam Tour menjual tiket pesawat, tiket kereta api, voucher hotel, serta paket tour dengan harga yang dapat bersaing dengan yang lain.

#### b. Model Proses Bisnis

Pada pembahasan model proses bisnis, menguraikan proses bisnis yang terjadi dan stake holder yang terlibat dalam setiap proses yang ada pada Arqam Tour. Model proses bisnis menguraikan mengenai bagaimana proses yang terjadi pada saat transaksi dilakukan hingga kesepakatan terjadi. Dengan adanya model proses bisnis ini akan mempermudah menganalisis semua hal mulai dari biaya yang terlibat hingga investasi yang harus dilakukan dalam perusahaan.

#### c. Kebutuhan Produk

Untuk mengetahui proses produksi yang dilakukan tiap harinya maka dibutuhkan data *demand* produk tiap hari. Berikut merupakan data *demand* produk tiap hari.

**Tabel 3 Demand Produk Tiap Hari**

Jenis Produk	2018	2019	2020	2021	2022
Tiket Pesawat	2	3	3	3	3
Tiket Kereta Api	1	1	1	1	1
Voucher Hotel	1	1	1	1	1
Paket Tour	1	1	1	1	1
Total	5	6	6	6	6

#### d. Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja disesuaikan dengan demand yang ditetapkan sebelumnya. Dengan asumsi 3 orang pegawai untuk memenuhi demand yang ada.

#### e. Waktu Kerja

Hari kerja untuk adalah hari Senin – Sabtu dengan jam kerja 08.00 – 16.00.

#### f. Lokasi Usaha

Lokasi berjalannya Arqam Tour adalah di Perumahan Margahayu Raya Jl Jupiter Barat blok i2 no 48 kota Bandung. Pemilihan lokasi ini berdasarkan aset yang sudah dimiliki oleh penulis, yaitu sebuah toko. Tanah dan bangunan toko ini akan disertakan dalam penulisan finansial sebagai sebuah aset pemilik.

#### g. Layout Toko

Toko ini memiliki lebar 3 meter dengan panjang 5 meter. Kantor Arqam hanya memiliki satu ruangan saja yaitu ruangan untuk transaksi dengan fasilitas kursi dan meja serta komputer untuk pegawai lalu terdapat tiga kursi untuk pelanggan yang datang dan disediakan televisi untuk hiburan.

## h. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada penelitian ini akan menjadi biaya investasi awal Arqam Tour. Jumlah sarana dan prasarana diinvestasikan sebelum tahun pertama dimulai dan akan diinvestasikan ulang sebelum tahun kelima dimulai karena umur ekonomis yang hanya selama 4 tahun saja.

### 3.3 Aspek Finansial

Pada aspek finansial pengumpulan data yang berupa data-data sekunder. Data-data tersebut diolah yang menjadi input dalam pembuatan cash flow dan rugi laba Toko Bening Audio dimana dijadikan sebagai dasar evaluasi dalam penentuan kriteria investasi. Aspek finansial menggunakan output dari aspek pasar yaitu jumlah estimasi demand dan aspek teknis yaitu perhitungan investasi yang akan dilakukan oleh perusahaan. Pengolahan aspek finansial akan berupa kebutuhan dana investasi, estimasi pendapatan, biaya operasional, estimasi pendapatan, cashflow, laba rugi dan neraca. Setelahnya kriteria investasi akan dinilai berdasarkan PBP, NPV, IRR dengan periode dalam proyeksi keuangan 5 tahun.

#### 3.3.1 Biaya Operasional

Bagian biaya operasional memberikan semua biaya-biaya yang terlibat setiap kali penjualan selama periode proyeksi keuangan yaitu selama 5 tahun. Biaya ini dijabarkan agar perusahaan tidak salah perhitungan ke bagian laporan keuangan yang lainnya karena pada penjabaran biaya operasional sangat vital. Selain itu biaya operasional pun akan menghasilkan kebutuhan dana untuk produksi yang akan dilakukan Arqam Tour.

#### 3.3.2 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana Arqam Tour dihitung berdasarkan biaya-biaya operasional yang telah disebutkan sebelumnya. Hal yang penting yang perlu diperhatikan adalah *working capital*. Berikut ini merupakan kebutuhan dana investasi yang diperlukan Arqam Tour berdasarkan biaya investasi tetap dan *working capital* pada bulan pertama :

**Tabel 4 Kebutuhan Dana Perusahaan**

Kebutuhan Dana	
Investasi Pemilik	44.119.135
Peminjaman Bank	-

#### 3.3.3 Analisis Net Present Value (NPV)

NPV adalah selisih antara arus kas masuk dengan arus kas keluar dengan memperhitungkan titik waktu sekarang pada tingkat pengembalian minimum. Tingkat pengembalian minimum yang dipilih 12%. NPV merupakan salah satu salah satu dari metode pengukuran investasi kelayakan. Suatu investasi layak apabila  $NPV > 0$ . Dari hasil penelitian didapatkan NPV Rp 33.349.454. Maka dari itu, karena  $NPV > 0$  maka investasi ini dinyatakan layak untuk dijalankan.

#### 3.3.4 Analisis Payback Period (PBP)

Payback period merupakan salah satu metode penilaian investasi dengan melihat dari waktu yang diperlukan perusahaan untuk mencapai titik pengembalian investasi. Penilaian investasi ini melihat apabila pengembalian investasinya lebih cepat maka akan lebih baik. Suatu investasi dinyatakan layak apabila nilai PBP < proyeksi keuangan. Pada penelitian ini, investasi akan kembali pada tahun ke 4 bulan ke 3. Karena pengembalian investasi lebih cepat dibanding proyeksi keuangannya, maka investasi ini dinilai layak.

#### 3.3.5 Analisis Internal Rate of Return (IRR)

IRR merupakan tingkat bunga di masa yang akan datang dihitung dari arus kas yang telah diproyeksikan. IRR merupakan salah satu indikator kelayakan penting dalam penelitian ini. Indikator ini dinyatakan layak apabila nilai  $IRR > \text{interest rate}$ . Tingkat IRR yang dicapai dalam penelitian ini adalah 27% untuk periode investasi 5 tahun. Sedangkan MARR yang dijadikan pembanding adalah 12%. Dikarenakan nilai  $IRR > 12\%$  maka bisnis Toko Bening Audio ini dinyatakan layak.

#### 3.3.6 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah metode yang digunakan untuk melihat efek yang terjadi terhadap perubahan suatu variabel. Hasil dari analisis sensitivitas adalah menjadi landasan pertimbangan perusahaan di masa yang akan datang mengenai kebijakan terhadap biaya. Pada penelitian ini biaya yang diubah untuk dilakukan analisis sensitivitas adalah biaya tenaga kerja langsung, biaya operasional overhead, dan biaya operasional lainnya. Berikut adalah hasil analisis sensitivitas yang telah dilakukan.

##### 3.3.6.1 Sensitivitas Kenaikan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Telah dilakukan kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 5% hingga 15%. Pada kenaikan 15% hasil nilai NPV sudah minus, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung adalah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.

##### 3.3.6.2 Sensitivitas Kenaikan Biaya Overhead

Telah dilakukan kenaikan biaya tidak langsung 5% hingga 15%. Pada kenaikan 15% hasil nilai NPV, PBP, dan IRR minus. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* adalah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.



### 3.3.6.3 Sensitivitas Kenaikan Biaya Operasional Lainnya

Telah dilakukan kenaikan biaya operasional lainnya 25% hingga 75%. Seluruh kenaikan biaya yang dilakukan tetap mendapat hasil NPV positif dengan nilai IRR yang tidak turun secara signifikan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya promosi bukanlah variabel yang sensitive terhadap keuntungan perusahaan.

### 3.3.7 Analisis Risiko

Analisis risiko menggunakan metode Enterprise Risk Management untuk melihat risiko mana yang lebih diprioritaskan. Dari risiko-risiko yang telah diidentifikasi, terdapat beberapa risiko yang diperkirakan terjadi di masa yang akan datang yaitu risiko kualitas bisnis, risiko fluktuasi harga dan risiko operasional.

Risiko yang diidentifikasi lalu diukur dan ditentukan pengelolaan terhadap risiko-risiko tersebut. Untuk risiko bisnis perusahaan akan melakukan risk avoidance sedangkan untuk risiko fluktuasi harga perusahaan melakukan risk control dan untuk risiko operasional dilakukan risk transfer. Dengan melakukan pengelolaan risiko tersebut diharapkan risiko yang akan terjadi dapat diminimumkan.

## 4. Kesimpulan

Data hasil tinjauan aspek pasar, aspek teknis dan finansial maka bisnis ini layak berdasarkan *IRR* yang sudah diperoleh pada perhitungan aspek finansial. Karena *IRR* pada penelitian ini mencapai 27% dan lebih dari *MARR* yaitu 12%. Tingkat pengembalian modal untuk bisnis Toko Bening Audio adalah 4 tahun 3 bulan dengan nilai NPV Rp 33.349.454. Maka investasi perusahaan ini dianggap layak.

**Daftar Pustaka**

- [1] Andriana, D. (2003). Pengenalan Pemrograman E-Commerce. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [2] <http://jogja.tribunnews.com/2014/04/27/pesatnya-perkembangan-internet-memunculkan-click-activism/>) diakses pada 9 November 2016
- [3] Umar, H. (2003). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Muhammad, S., & Husnan, S. (2005). Studi Kelayakan Proyek, Edisi - 4. Yogyakarta: UPP AMPYKPN