ANALISIS KELAYAKAN BISNIS CREATIVE AGENCY BERBASIS DIGITAL DAN PERANCANGAN WEBSITE PT. SUDUTPANDANG CREATIVEHUB

FEASIBILITY ANALYSIS OF CREATIVE AGENCY BASED ON DIGITAL BUSINESS AND WEBSITE DESIGNING PT. SUDUTPANDANG CREATIVEHUB

[1]Reinaldi Dwi Baskoro, [2] Dr. Ir. Endang Chumaidiyah, M.T, [3] Dr. Ir. Nanang Suryana, M.T

[1,2,3]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

[1]reinaldibaskoro41@gmail.com, [2] endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id, [3] nanangsuryana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Sudutpandang Creative-hub adalah perusahaan berbentuk PT yang bergerak pada bidang industri kreatif. Perusahaan ini berjalan sejak 2018 dan terus berupaya meningkatkan kualitas bisnis yang dijalankan. Target pasar yang diambil Sudutpandang adalah pulau jawa, walaupun dengan sistem digital bukannya tidak mungkin pasar Sudutpandang lebih luas dari pulau jawa. Bentuk jasa yang ditawarkan Sudutpandang adalah segala bentuk periklanan, karya dalam bentuk grafis, produk ataupun karya instalasi yang dimana fokus dari perusahaan adalah menyusun strategi komunikasi marketing dengan cara yang kreatif sebagai solusi dari setiap permasalahan *client*. Kelayakan usaha sangat penting bagi Sudutpandang agar dapat bersaing dan tumbuh di dalam pasar. Oleh karena itu dilakukan penelitian kelayakan usaha terhadap Sudutpandang yang ditinjau dari 4 aspek yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, aspek finansial dan ditambah dengan perancangan website sebagai penunjang proses bisnis Sudutpandang. Aspek pasar menunjukkan adanya pasar yang ditargetkan Sudutpandang dan mengetahui posisi Sudutpandang dalam pasar. Aspek teknis dan manajemen menunjukkan kejelasan bentuk organisasi serta proses bisnis yang dijalankan. Aspek finansial ditinjau dari 3 kriteria yaitu Net present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) dan Payback Period (PP). NPV yang ditunjukkan dari proyeksi 5 tahun operasi bernilai Rp. 227.345.605 dengan nilai IRR 22,12% dan Payback Period sebesar 4,43 tahun. Maka dengan hasil tersebut kelayakan usaha Sudutpandang dinyatakan layak. Hasil analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya tenaga kerja langsung, penurunan harga jual jasa dan penurunan demand memberikan batas aman sebesar maksimal kenaikan biaya sebesar 14%, penurunan harga jual jasa sebesar 4% dan penurunan demand sebesar 12%.

Kata Kunci : Analisis kelayakan, NPV, IRR, PP, Analisis Sensitivitas

Abstract

Sudutpandang Creative-Hub is a company with PT legal form and running a creative industry business. This company was formed since 2018 and keep improving the quality of the business. Market target that Sudutpandang choose is Java island, although with digital system enterprise seems not impossible to Sudutpandang taking a larger market scope than just a java island. Kind of service that Sudutpandang provide is all form of advertising, graphical creation, a product or also art installation service where focused on a creative way to create a solution for every client's problem. Feasibility of business was so important for Sudutpandang be able to compete and grows in the market. Therefore, feasibility business study is taking to operate for Sudupandang where reviewed from 4 aspects that is market aspect, technical aspect, management aspect, financial aspect and added with website system design as a supporting aspect for Sudutpandang business process. Market aspect shows that Sudutpandang market target is exist and make Sudutpandang knowing their position in the market. Technical and management aspect shows a clarity of the organization forms also business process they have run. Financial aspect reviewed from 3 criteria, that is Net Present Value (NPV), Internal rate of return (IRR) and payback period (PP). From 5 years projection, it has discovered the NPV a positive number with 227.345.605 rupiah, IRR with rate 22,12% and have a payback period in 4,43 years. With the aspect calculation result, a feasible study of Sudutpandang business process be avowed as worth to run. Sensitivity analysis result toward the increasing of direct labour cost, the decreasing of service price rate and the decreasing of demand aspect giving a safe limits in 14% for maximum increasing rate of direct labour cost, 4% for maximum decreasing rate of service price rate and 12% for maximum decreasing of demand.

Keywords: Feasibility Analysis, NPV, IRR, PP, Sensitivity Analysis

1. Pendahuluan

Pada era digital seperti sekarang ini, segala aspek mulai dari cara pemesanan atau pembelian makanan hingga aspek ekonomi di dunia sudah ditangani dengan sistem dan menggunakan perkembangan digital dalam prosesnya. Era digital tersebut yang mulai mengangkat ekonomi kreatif dunia juga dengan sistem digital sebagai basis yang digunakan. Karena sektor ekonomi kreatif khususnya di Indonesia juga lahir karena adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Bekraf (Badan ekonomi kreatif) melakukan riset pengaruh ekonomi kreatif terhadap PDB negara menurut sub sektornya pada tahun 2016 yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Tabel Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Negara, 2016

Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Negara	
Subsektor	**Kontribusi terhadap PDB (%)**
Kuliner	41,69
Fashion	18,15
Kriya	15,7
Televisi dan Radio	7,78
Penerbitan	6,29
Arsitektur	2,3
Aplikasi dan Game Developer	1,77
Periklanan	0,8
Musik	0,47
Fotografi	0,45
Seni Pertunjukan	0,26
Desain Produk	0,24
Seni Rupa	0,22
Desain Interior	0,16
Film	0,16
Desain Komunikasi Visual	0,06

Sumber : bekraf.go.id, 2016

Dari tabel 1.1 mengenai kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara, dapat diambil informasi bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara cukup besar. Posisi pertama terisi dengan subsektor kuliner dengan sumbangsih 41,60%, di ikuti fashion dengan sumbangsih 18,15%, kemudian kriya dengan presentase 15,70% dan seterusnya. Namun sayangnya dalam perkembangan subsektor ekonomi kreatif tidak terjadi secara merata. Dimulai dari 2015 hingga 2016 dan seterusnya, setidaknya terdapat 4 subsektor yang berkembang sangat pesat yang dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1. 2 Pertumbuhan Pesat 4 Subsektor Ekonomi Kreatif Mulai Dari 2015

Pertumbuhan Pesat 4 Subsektor Sejak 2015	
Subsektor	**Presentase Pertumbuhan**
Desain Komunikasi Visual	10,28%
Musik	7,26%
Animasi video	6,68%
Arsitektur	6,62%

Sumber : bekraf.go.id, 2016

Desain Komunikasi Visual berada di posisi pertama dari ke empat subsektor yang perkembangannya pesat dengan presentase 10,28%. Diikuti oleh musik, animasi video dan arsitektur. Desain komunikasi visual dapat tersubstitusi ke dalam subsektor lainnya seperti periklanan, musik, televisi dan radio serta subsektor lainnya. Namun subsektor yang cukup menarik dan sedang berkembang adalah subsektor biro periklanan. Periklanan menjadi suatu kebutuhan ekonomi yang cukup luas dan penting, mulai dari masyarakat yang ingin menjual barang lama atau produk yang dibuatnya, produk-produk kreatif yang dibuat oleh pelaku ekonomi kreatif hingga perusahaan-perusahaan besar yang ingin memasarkan produk atau jasanya. Seiring berjalannya dunia digital yang masuk ke dalam subsektor ekonomi di Indonesia, membuat media periklanan terbelah menjadi 2 haluan besar yaitu konvensional dan Digital.

Menurut [1], mengatakan terdapat 2 jenis periklanan di Indonesia yaitu:

1. Perusahaan periklanan yang dibagi berdasarkan skala usaha dan cakupan bisnisnya, antara lain, yaitu full service advertising agency, medium advertising agency, rolodex advertising agency, creative agency atau creative boutique, media broker dan in-house advertising agency.
2. Orang kreatif periklanan yang bekerja lepas. Jenis ini bekerja dengan tidak terikat dengan perusahaan atau pun agency untuk bekerja, yang dapat kita sebut sebagai freelance.

Kembali [1] mengatakan bahwa creative agency atau creative boutique adalah perusahaan periklanan yang khusus melayani proses kreasi iklan atau merek. Sudutpandang adalah creative agency yang saat ini berpusat di Bandung dan memiliki scope pasar yaitu jabodetabek sebagai langkah awal. Sudutpandang dibangun atas peluang terbuka dari creative agency yang masih belum banyak serta dapat menjawab beberapa kebutuhan konsumen yang belum dapat dijawab oleh perusahaan lama atau start-up yang sudah lebih dulu hadir seperti makna creative dan maika collective studio. Sudutpandang mulai beroperasi sejak awal bulan Agustus di tahun 2018. Hingga pada 4 oktober 2018, sudutpandang sudah menggarap 3 proyek dengan berbagai bentuk kegiatan creative.

Untuk terus menjalankan kegiatan kreatif yang ada di dalam perusahaan, memperluas cakupan bisnis, mengembangkan potensi dalam perusahaan serta memenuhi permintaan pasar terhadap kegiatan kreatif yang dijalankan, maka dibutuhkan studi kelayakan bisnis PT. Sudutpandang creativehub agar perusahaan dapat memperluas cakupan bisnis, mengembangkan potensi perusahaan serta terus menjalankan kegiatan kreatif. Studi kelayakan usaha dapat ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek finansial.

2. Dasar Teori dan Metodelogi Penelitian

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Aspek Pasar

Pasar adalah tempat bertemnya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa [2]. Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat syarat yang diharuskan untuk menjadikan sebuah tempat atau kondisi sebagai pasar, yaitu terdapat penjual, terdapat pembeli, terdapat produk berupa barang atau jasa yang ditawarkan dan terdapat tempat berlangsungnya proses transaksi.

Terdapat 2 jenis pasar berdasarkan sifat pembeli yang ada dipasar tersebut [2], yaitu pasar nyata dan pasar potensial. Pasar nyata adalah konsumen yang miliki minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Pasar potensial adalah konsumen yang miliki minat, namun tidak memiliki pendapatan yang sesuai dan akses untuk menjangkau produk tersebut. Namun terdapat peluang dimana konsumen akan membeli produk tersebut di masa yang akan datang.

2.1.2 Aspek Teknis

Berdasarkan KBBI, teknis diartikan sebagai sesuatu yang bersifat atau mengenai teknik, atau secara teknik. Sedangkan Teknik sendiri memiliki arti pengetahuan dan kepandaian membuat sesuatu yang berkenaan dengan hasil industri, cara membuat atau melakukan sesuatu yang berhubungan dengan seni ataupun metode atau sistem mengerjakan sesuatu. Beberapa unsur dari aspek teknis yang harus dianalisis [3], diantaranya lokasi operasi tidak mengganggu masyarakat sekitarnya, volume operasi ditentukan apakah barang pesanan atau memang harus diproduksi rutin yang disesuaikan dengan kemampuan mesin, mesin dan peralatan, dihitung depresiasinya, bahan baku dan bahan penolong, bagaimana ketepatan waktu bahan baku datang dari pemasok, tenaga kerja sesuai keahliannya dan tata ruang atau tata letak berbagai fasilitas operasi. Layout mempermudah arus jalan produksi dari bahan baku dikirim, diproses hingga menjadi barang siap kirim besarta gudang penyimpanannya.

2.1.3 Aspek Manajemen

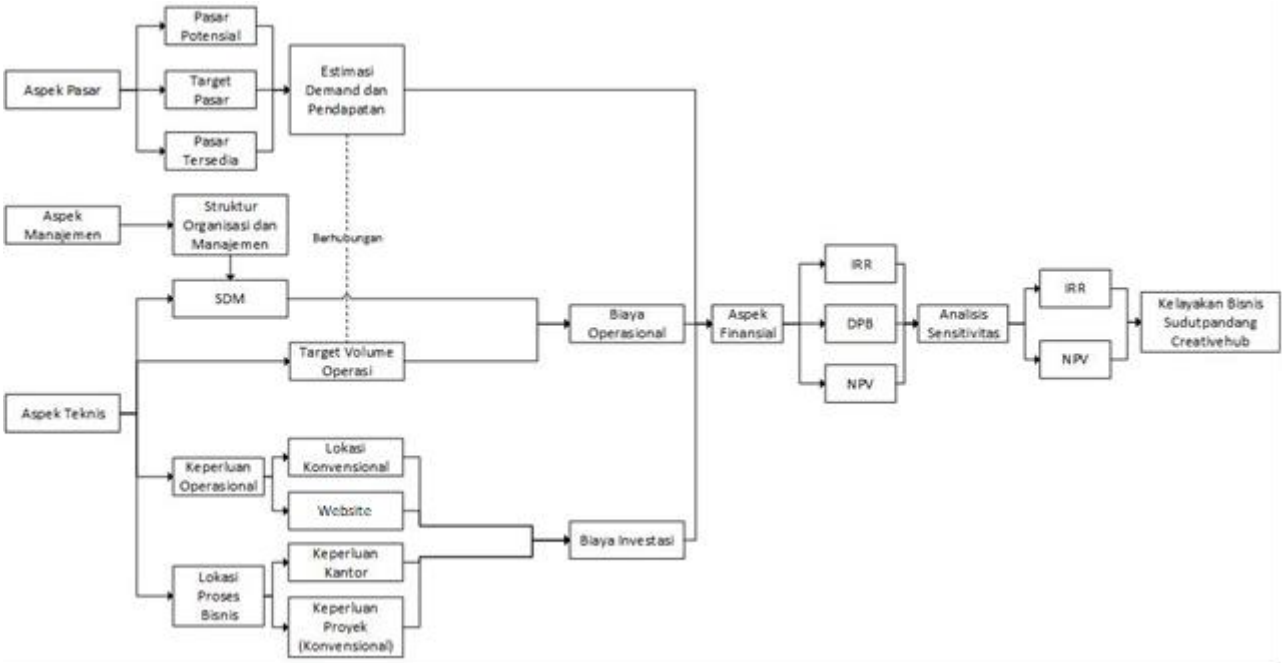
Menurut [3], dalam menganalisis aspek-aspek menajemen beberapa unsur yang harus dianalisis meliputi komponen kepemilikan, organisasi, tim manajemen dan karyawan.

2.1.4 Aspek Keuangan Atau Finansial

Kajian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meiputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penilaian yang akan digunakan nantinya dengan Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return, Profitability Index, Break Event Point serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya [2].

2.2 Kerangka Berpikir

Model konseptual adalah suatu diagram yang menampilkan faktor-faktor tertentu dalam masalah beserta hubungan antara faktor-faktor tersebut dan berpengaruh satu dengan lainnya. Untuk dapat menyelesaikan masalah dalam penelitian ini, model konseptual yang akan digunakan dijabarkan dalam Gambar 3.1 dibawah ini.



Gambar 2. 1 Model Konseptual

Berdasarkan gambar diatas, dapat ditemukan hubungan faktor-faktor yang ada dan mempengaruhi terhadap kelayakan bisnis yang dijalankan Sudutpandang. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, ada 4 faktor yang mempengaruhi output dari masalah yang ditemukan yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek finansial.

Untuk dapat mengetahui pasar yang dimiliki oleh perusahaan, maka jenis pasar dibagi menjadi 3 yaitu pasar potensial, pasar tersedia dan target pasar. Dari ketiga jenis pasar tersebut akan didapatkan gambaran banyaknya permintaan yang akan menjadi penghasilan bagi perusahaan.

Selanjutnya terdapat aspek teknis, dari aspek teknis tersebut terdapat informasi-informasi yang dapat menentukan pengeluaran atau biaya-biaya yang dibutuhkan oleh perusahaan seperti lokasi proses bisnis yang berjalan, keperluan operasional seperti perangkat-perangkat elektronik, pembuatan website sebagai media informasi, inventori kantor dan sebagainya agar proses bisnis dapat berjalan, dan kedua informasi tersebut akan mengasilkan biaya investasi yang dibutuhkan oleh perusahaan di awal agar bisnis dapat dijalankan.

Lokasi proses bisnis dibagi menjadi 2 yaitu proses bisnis konvensional yang artinya terdapat lokasi nyata dan proses bisnis digital dimana di operasikan secara digital dan melalui interkoneksi internet. Keperluan operasional juga dibagi menjadi keperluan kantor seperti bangunan, inventori, pernagkat elektronik serta stationary dan keperluan proyek konvensional yang dikeluarkan tergantung dengan kebutuhan proyek yang dijalankan.

Setelah itu terdapat informasi target volume operasi dan sumber daya manusia (SDM) yang didalamnya terdapat tim manajemen, tim ahli, karyawan-karyawan lainnya dan outsourcing yang digunakan perusahaan saat dibutuhkan. Dari target volume operasi akan menghasilkan seberapa besar volume operasi yang dijalankan dan seberapa besar biayanya. Kedua hal tersebut mengasilkan biaya operasional yang dibutuhkan saat perusahaan menjalankan proses bisnisnya. Target volume operasi berhubungan dengan gambaran demand dan pendapatan perusahaan yang dihasilkan oleh aspek pasar, karena dengan mengetahui besarnya demand, kita akan mendapatkan target volume operasi.

Aspek setelahnya adalah aspek manajemen, yang perlu di analisis agar mengetahui bagaimana manajemen perusahaan di kendalikan serta bagaimana struktur organisasi yang ada di perusahaan agar mendapatkan informasi apakah secara kelola manajemen dan struktur organisasinya sudah baik dan tepat, sehingga proses bisnis dapat berjalan secara optimal serta hal itu tidak menimbulkan biaya tambahan sehingga pengeluaran perusahaan membesar dan tidak efisien. Didalam aspek manajemen terdapat informasi mengenai struktur organisasi dan tim manajemen yang ada di dalam perusahaan. Hal ini termasuk di dalam sumber daya manusia yang ada pada aspek teknis sehingga aspek teknis dan aspek manajemen saling terhubung dan saling mempengaruhi.

Dari aspek dan informasi yang sudah dijabarkan diatas, maka biaya yang dihasilkan terbagi menjadi 2 yaitu biaya investasi dan biaya operasional. Serta untuk menyeimbangkan biaya yang ada, dari aspek pasar menghasilkan estimasi permintaan dan pendapatan perusahaan. Agar informasi di atas dapat dikelola menjadi sebuah keputusan kelayakan suatu usaha, maka

penelitian menggunakan 3 parameter yaitu Internal Rate of Return, Discounted Payback Period, Net Present Value dan kemudian dilanjutkan dengan analisis sensitivitas.

3. Pembahasan

3.1 Aspek Pasar

3.1.1 Pasar Potensial dan Pasar Tersedia

Dalam penelitian ini, pasar yang dipilih Sudutpandang adalah perusahaan atau bisnis dengan skala menengah-besar yang berada di pulau Jawa, terutama pada DKI Jakarta dan kota Bandung serta kabupaten.

Tabel 3.1 Pasar Potensial dan Pasar Tersedia

Jumlah Populasi	Pasar Potensial	Pasar tersedia
97.350	97%	51,30%
	94.430	48.443

3.1.2 Jumlah Target Operasi

Jumlah target operasi Sudutpandang didapatkan dengan melakukan *benchmark* kepada kompetitor yang ada yaitu Potbrandinghouse dan Rimata&Co. Nilai yang ada diambil nilai maksimum untuk dijadikan target operasi, yang tidak ada nilai di isi dengan nilai 1 sebagai percobaan pasar serta untuk podcast disesuaikan dengan maksimal pengerjaan yang dapat dikerjakan. Jumlah target yang dihasilkan menjadi 2 *creative Graphic Content*, 11 *Branding*, 5 *Company Profile*, 6 *advertising*, 1 *collaboration partner*, 1 *product development*, 24 *podcast*, 1 *event planner*, 1 *visual merchandiser* dan 1 *visual consultant*.

3.2 Aspek Teknis

Aspek teknis yang dibahas adalah mengenai proses bisnis yang dijalankan, tenaga kerja yang dibutuhkan, lokasi usaha, serta kelengkapan kebutuhan dan peralatan usaha.

3.2.1 Model Proses Bisnis

Pada pemetaan proses bisnis ini, terbagi menjadi 3 pemetaan yaitu proses bisnis penawaran proyek dari pihak *client* kepada perusahaan, penawaran proyek dari perusahaan kepada calon *client* dan pengerjaan proyek.

3.2.2 Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam setahun adalah 10 orang dengan asumsi tidak mengalami pertambahan jumlah setiap tahunnya. Dari 10 orang tersebut terdapat CEO, CMO, CRO, 1 sekretaris, 5 pegawai dan 1 kepala keamanan.

3.2.3 Lokasi Usaha

Sudutpandang memilih lokasi beralamat di Kebayoran Lama, Jakarta Selatan berbentuk rumah yang akan dijadikan sebagai *creative smart office* yang berfungsi untuk kantor utama dimana pusat kegiatan, rapat, penyimpanan inventori dan pertemuan dengan *client* berlangsung.

3.2.4 Kelengkapan Kebutuhan dan Peralatan Usaha

Kebutuhan dan peralatan usaha Sudutpandang meliputi kulkas 1, meja rapat 1, meja kerja single 1, meja kerja Panjang 2, meja rapat kecil 1, rak simpan 1, kursi kerja 15, lampu meja 6, sofa 2, papan kaca 1, ATK 1, LED TV 40 inch 1, LED TV 60 inch 1, komputer 5, laptop 4, printer all in one 1, lisensi software 1, website 1, host 1, storage 30 giga 1 dan ruangan kantor.

3.3 Aspek Manajemen

Aspek manajemen membahas mengenai kepemilikan perusahaan yang didirikan oleh 1 *founder* dan 2 *co-founder*. Kepemilikan tersebut dibagi menjadi 3, dan dapat menjadi 4 jika perusahaan mendapatkan penanam modal. Bentuk perusahaan adalah PT atau perseroan terbatas dan struktur organisasi dikepalai CEO, dibawahnya terdapat CRO yang bertanggung jawab atas sekretaris serta karyawan dan CMO yang bertanggung jawab atas proses bisnis atau pengerjaan proyek.

3.4 Perancangan Website

Website digunakan sebagai media informasi perusahaan, serta media pemasaran perusahaan. Website tersebut dapat di akses oleh banyak orang karena tidak memiliki ke anggota an atau proses log in dan log out. Di dalamnya terdapat informasi dasar Sudutpandang, portopolio perusahaan, anggota perusahaan, informasi lowongan kerja, jadwal kegiatan perusahaan dan kontak yang dapat dihubungi.

3.5 Aspek Pasar

3.5.1 Biaya Oprasional

Biaya operasional yang dikeluarkan oleh Sudutpandang merupakan seluruh estimasi dari biaya-biaya yang berhungan dengan kegiatan oprasional perusahaan, dalam penelitian ini biaya oprasional diproyeksikan untuk lima tahun kedepan. Pada tahun ke-0 Movi Ads harus mengeluarkan dana sebesar Rp 1.150.389.464 dan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

3.5.2 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana Sudutpandang terbentuk dari 4 komponen yaitu investasi awal sebesar Rp. 200.544.200, pembuatan website sebesar Rp. 10.000.000, initial cost sebesar Rp. 50.000.000 dan working capital sebesar Rp. 471.722.277 dengan total Rp. 732.266.477. Kebutuhan dana tersebut di bagi menjadi 2 jika terdapat penanam modal. Dalam kasus ini penanam modal di asumsikan adalah Bank dengan berbentuk hutang jangka Panjang. Kebutuhan dana 60% dibebankan kepada pemilik yaitu sebesar Rp. 439.359.886 dan 40% dibebankan kepada Bank yaitu sebesar Rp. 292.906.591.

3.5.3 Estimasi Pendapatan

Estimasi pendapatan Sudutpandang diasumsikan tidak memiliki kenaikan secara signifikan, karena banyak pertimbangan dalam mendapatkan celah untuk menaikkan target operasi. Sumber pendapatan Sudutpandang adalah dari jumlah setiap target operasi jasa yang dimiliki di kalikan dengan harga jasa yang selalu naik karena adanya inflasi sebesar 4,294% setiap tahunnya.

Tabel 3. 2 Estimasi Pendapatan

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
harga jual pembulatan	Rp1.391.000.000	Rp1.450.729.540	Rp1.513.023.866	Rp1.577.993.111	Rp1.645.752.135

3.5.4 Analisis *Net Present Value* (NPV)

Nilai NPV adalah nilai selisih pendapatan dengan pengeluaran yang nilai tersebut ditarik dari masa yang akan datang (dalam kasus ini didapatkan dari estimasi atau proyeksi) ke dalam masa sekarang. Jika nilai NPV positif maka artinya perusahaan mendapat keuntungan dan layak dijalankan. Sebaliknya, jika nilai PNV bernilai negatif, maka di artikan perusahaan mengalami kerugian dan tidak layak dijalankan. Dalam kasus ini Sudutpandang mendapatkan nilai NPV sebesar positif Rp. 227.345.605. Artinya Sudutpandang layak dijalankan dan mengalami keuntungan.

3.5.5 Analisis *Payback Period* (PBP)

Nilai payback period adalah nilai yang menggambarkan kapan perusahaan akan mengalami keuntungan. Nilai tersebut didapatkan berdasarkan nilai NPV yang ada. Sudutpandang mendapatkan nilai payback period sebesar 4,43. Artinya dalam waktu 4,43 tahun Sudutpandang akan mengalami keuntungan atau melewati titik balik keuangan perusahaan.

3.5.6 Analisis *Internal Rate of Return* (*IRR*)

Nilai IRR adalah penggambaran laju keuangan perusahaan, namun tidak semerta-merta bernilai positif mengartikan perusahaan akan mengalami keuntungan dan layak dijalankan. Jika nilai IRR diatas nilai MARR atau nilai minimum pengembalian yaitu 12%, maka perusahaan baru dapat dikatakan layak dijalankan. Sudutpandang mendapatkan nilai sebesar 22,12% dimana nilai tersebut > nilai MARR. Maka Sudutpandang dikatakan layak dijalankan.

3.6 Analisis Sensitivitas

3.6.1 Sensitivitas Kenaikan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berdasarkan variabel kenaikan biaya tenaga kerja langsung, Sudutpandang akan mengalami kerugian jika kenaikan tersebut di 15%. Artinya jika biaya tenaga kerja langsung perusahaan naik sebesar 15%, maka Sudutpandang tidak layak dijalankan. Hal ini menggambarkan sensitivitas terhadap variabel biaya tenaga kerja langsung cukup besar. Sehingga dapat diambil kesimpulan batas aman kenaikan biaya tenaga kerja langsung adalah 14%.

Tabel 3. 3 Sensitivitas Kenaikan Biaya Tenaga kerja langsung

No	Presentase Kenaikan	NPV
1	14%	Rp9.998.344
2	15%	-Rp5.526.460
Biaya Tenaga Kerja Langsung sensitif terhadap kenaikan sebesar		15%.

3.6.2 Sensitivitas Penurunan Harga Jual Jasa

Berdasarkan variabel penurunan harga jual jasa, Sudutpandang akan mengalami kerugian jika penurunan tersebut di 5%. Artinya jika penurunan harga jual jasa turun sebesar 5%, maka Sudutpandang tidak layak dijalankan. Hal ini

menggambarkan sensitivitas terhadap variabel harga jual jasa besar. Sehingga dapat diambil kesimpulan batas aman penurunan harga jual jasa adalah 4%.

Tabel 3. 2 Sensitivitas Penurunan Harga Jual

No	Presentase Penurunan	NPV
1	4%	Rp37.921.944
2	5%	-Rp9.433.971
Harga Jual Jasa sensitif terhadap penurunan sebesar		5%

3.6.3 Sensitivitas Penurunan Demand

Berdasarkan variabel penurunan demand, Sudutpandang akan mengalami kerugian jika penurunan tersebut di 17%. Artinya jika penurunan demand turun sebesar 13%, maka Sudutpandang tidak layak dijalankan. Hal ini menggambarkan sensitivitas terhadap variabel jumlah demand cukup besar. Sehingga dapat diambil kesimpulan batas aman penurunan harga jual jasa adalah 12%.

Tabel 3. 3Sensitivitas Tenaga Kerja Langsung

No	Presentase Penurunan	NPV
1	12%	Rp227.345.605
2	13%	-Rp27.988.230
Demand sensitif terhadap penurunan sebesar		13%

4. Kesimpulan

1. Aspek Pasar

Jumlah target operasi yang digunakan Sudutpandang menggunakan metode benchmark dengan menggunakan Potbrandinghouse dan Rimata & Co sebagai objek benchmark yang digunakan. Nilai yang didapatkan adalah sebanyak 1 proyek Creative Graphic Content. 8 proyek Branding, 4 proyek Company Profile, 5 proyek Advertising, 1 proyek Collaboration Partner, 1 proyek Product Development Consultant, 24 episode Podcast, 1 proyek Event Planner, 1 proyek Visual Merchandiser dan 1 proyek Visual Consultant. Setiap tahunnya di asumsikan tidak memiliki kenaikan jumlah target operasi. Karena pasar Sudutpandang ada dan jelas maka dapat dinyatakan usaha yang dijalankan Sudutpandang layak dari aspek pasar.

2. Aspek Teknis

Didasarkan pada proses bisnis yang jelas, kebutuhan pekerja yang jelas dan posisi pekerja yang jelas, lokasi usaha yang jelas, dan kebutuhan serta peralatan usaha yang jelas dan sesuai dengan jumlah target operasi setiap tahunnya sehingga menunjang proses bisnis yang dijalankan, maka dapat dikatakan proses bisnis yang dijalankan Sudutpandang dapat dikatakan layak dari aspek teknis.

3. Aspek Finansial

Pada aspek finansial, yang dihitung adalah biaya investasi, biaya operasional yang meliputi biaya langsung dan tidak langsung, jumlah kebutuhan dana, estimasi pendapatan per tahun, proyeksi biaya operasional, proyeksi laporan laba-rugi, proyeksi cash flow dan proyeksi laporan neraca selama 5 tahun sebagai acuan penilaian pada kriteria kelayakan NPV, IRR dan Payback Period. Hasil dari perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

NPV : Rp. 227.345.605

IRR : 22,12%

Payback Period : 4,43 Tahun

4. Analisis Sensitivitas

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai sensitivitas 3 variabel biaya yaitu kenaikan biaya tenaga kerja langsung, penurunan harga jual jasa dan penurunan demand . Biaya yang sensitif terhadap kenaikan/penurunan antara lain adalah penurunan harga jual jasa. Hal ini dikarenakan sedikit penurunan nilai terhadap variabel tersebut membuat nilai NPV menjadi negatif. Batas kenaikan biaya tenaga kerja langsung adalah sebesar 14%, batas penurunan demand adalah 12% dan batas penurunan harga jual jasa adalah 4%

Daftar Pustaka

[1] Hendriana, E. (2015). *RENCANA PENGEMBANGAN PERIKLANAN NASIONAL 2015-2019.* Jakarta: PT. Republik Solusi.
[2] kasmir, & Jakfar. (2003). *STUDI KELAYAKAN BISNIS Edisi Revisi.* Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP.
[3] Iswanaji, C. (2008). Analisis Bisnis dan Studi Kelayakan Usaha. *Jurnal Universitas Tidar Magelang*, 87-95.