

ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN CABANG PENJUALAN SERAGAM SEKOLAH KOJONA DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS, DAN ASPEK FINANSIAL

FEASIBILITY ANALYSIS OF KOJONA SCHOOL UNIFORM SALES BRANCH REVIEW OF MARKET ASPECTS, TECHNICAL ASPECTS, AND FINANCIAL ASPECTS

¹Hikmat Nur Azhari, ² Ir. Rosad Ma'ali El Hadi, M.Pd., MT., ³Maria Dellarosawati I., S.T., MBA.

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

hikmatazhari@gmail.com, rosadma'ali@telkomuniversity.ac.id, mariadellarosawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kojona merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan seragam sekolah. Pada saat ini Kojona telah memiliki dua toko *offline* yang berada di Jalan Babakan Sari 1 No. 154 dan di Jalan Cijagra no 94 A. Kojona berdiri pada tahun 2016. Tahun 2016 Kojona memutuskan untuk membuka toko pertamanya di Jalan Babakan Sari 1 pada tahun 2017. Keputusan Kojona membuka cabang dikarenakan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan dan Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2014 menyebabkan Kojona kesulitan untuk bekerja sama dengan pihak sekolah untuk pengadaan seragam sekolah. Untuk meningkatkan penjualan dan mampu bersaing pihak dari Kojona akan mendirikan cabang baru. Analisis kelayakan pembukaan cabang baru penjualan seragam sekolah dapat dikatakan layak atau tidak. Analisis kelayakan menggunakan 3 metode yaitu NPV, PBP, dan IRR. NPV kelayakan pembukaan cabang baru Kojona pada periode ke-5 bernilai Rp 26.270.881. Berdasarkan perhitungan IRR pembukaan cabang bernilai 25%. Nilai ini lebih besar dari nilai MARR yang ditetapkan yaitu sebesar 17,75% nilai PBP pembukaan cabang baru Kojona bernilai 4,681 yang merupakan periode perputaran uang yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut pembukaan cabang baru penjualan seragam sekolah layak untuk dijalankan. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan tingkat sensitivitas terhadap kenaikan biaya material sebesar 6,50%. Apabila biaya material mengalami kenaikan lebih besar 6,50%, Analisis sensitivitas penurunan harga jual produk. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan tingkat sensitivitas terhadap penurunan harga jual produk sebesar 2,81%. Apabila biaya harga jual produk mengalami penurunan lebih besar 2,81%, Kojona akan mengalami kerugian.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, Analisis Sensitivitas

Absstract

Kojona is a company engaged in the sale of school uniforms. At this time Kojona has had two offline stores located in Jalan Babakan Sari 1 No. 154 and at Jalan Cijagra No. 94 A. Kojona was established in 2016. In 2016 Kojona decided to open its first store in Jalan Babakan Sari 1 in 2017. Kojona's decision to open branches due to regulations issued by the government stipulated in government Regulation No. 17 of 2010 on education management and implementation and article 4 paragraph (1) and paragraph (2) Regulation of the Minister of Education And culture of the Republic of Indonesia No. 45 year 2014 cause Kojona to struggle to cooperate with the school to procure school uniforms. To increase sales and able to compete the parties from Kojona will establish a new branch. The feasibility analysis of the opening of new branches of school uniform sales can be said worthy or not. Feasibility analysis using 3 methods namely NPV, PBP, and IRR. NPV feasibility of opening a new branch of Kojona in the 5th period is worth Rp 26.270.881. Based on IRR branch opening calculation is 23%. This value is greater than the specified MARR value which is 17.75% of PBP value opening of Kojona new branch worth 4,681 which is the period of money turnover required to recoup the investment expenditure. Based on the results of these calculations the opening of new branches of school uniform sales deserve to run. Based on the calculations that have been done sensitivity level to increase in material costs by 6,50%. When material costs increase by 6,50% the sensitivity analysis of the product selling price decreases. Based on the calculations that have been done level of sensitivity to a decrease in product sales price of 2,81%. When the cost of selling a product has decreased by 2,81%, Kojona will suffer losses

Keyword: Feasibility Analysis, NPV, IRR, PBP, Sensitivity Analysis

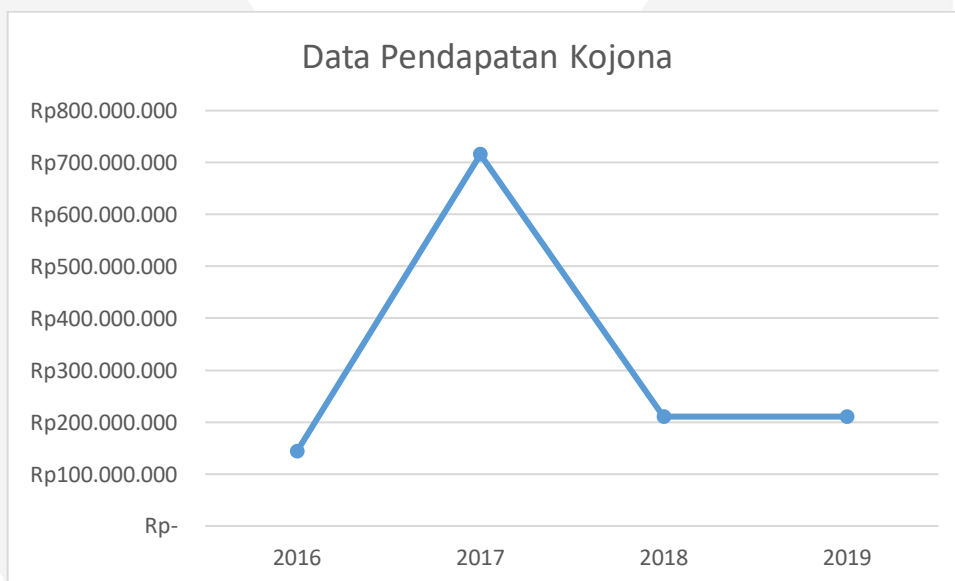
I. Pendahuluan

Seragam merupakan ciri khas yang biasa digunakan oleh pelajar di Indonesia. aturan ini telah diwajibkan untuk para pelajar di Indonesia meskipun penggunaan seragam pada masa itu belum memiliki perbedaan di setiap tingkatan pendidikan melalui Surat Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah nomor 52 tanggal 17 Maret 1982. Seragam merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh setiap peserta didik karena menurut Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2014 mewajibkan peserta didik jenjang pendidikan dasar dan menengah untuk menggunakan seragam.

Jumlah pelajar di Kota Bandung dari tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah atas berjumlah 446.997 pelajar. Pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2015 total jumlah pelajar di Kota Bandung sebesar 460.085 siswa. Pada tahun ini terjadi peningkatan pelajar sebesar 14008 pelajar. Sementara pada tahun 2016 jumlah pelajar di Kota Bandung mengalami penurunan sebesar 329 pelajar sehingga jumlah total pelajar di Kota Bandung menjadi 460656 pelajar dan pada tahun 2017 kembali meningkat menjadi 462250 pelajar

Kojona merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan seragam sekolah. Pada saat ini Kojona telah memiliki dua toko *offline* yang berada di Jalan Babakan Sari 1 No. 154 dan di Jalan Cijagra no 94 A. Kojona berdiri pada tahun 2016. Kojona menjual seragamnya dengan cara bekerja sama dengan sekolah-sekolah yang berada di Kota Bandung. Tahun 2016 Kojona memutuskan untuk membuka toko pertamanya di Jalan Babakan Sari 1 pada tahun 2017. Keputusan Kojona membuka cabang dikarenakan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan dan Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2014 menyebabkan Kojona kesulitan untuk bekerja sama dengan pihak sekolah untuk pengadaan seragam sekolah.

Pada tahun 2016 Kojona menjalin kerjasama dengan sekolah SMPN 34 Bandung untuk pengadaan seragam sekolah, lalu pada tahun berikutnya Kojona menjalin kerjasama dengan dua sekolah di Kota Bandung yaitu dengan SMPN 50, SMPN 52, SMPN 56 Bandung, namun pada tahun penghasilan dari Kojona menurun dikarenakan peraturan pemerintah yang melarang tentang pengadaan seragam sekolah.



Gambar 1. 1 Pendapatan Kojona

Pada tahun 2016 penghasilan Kojona mencapai Rp 143.500.000, di tahun berikutnya Kojona mendapatkan penghasilannya sebesar Rp 715.363.000, pada tahun 2018 penghasilan sebesar Rp 210.654.000 lalu pada tahun terakhir Kojona mendapatkan penghasilan sebesar Rp 210.420.000. Berdasarkan data tersebut Kojona mengalami penurunan pendapatan Untuk meningkatkan penjualan dan mampu bersaing pihak dari Kojona akan mendirikan cabang baru. Pembukaan cabang baru merupakan opsi yang sangat mendukung untuk menghadapi persaingan yang ketat dikarenakan penjualan tersebut lebih mendekatkan perusahaan kepada konsumen, dapat mengurangi jarak yang ditempuh oleh konsumen, tenaga yang akan dikeluarkan untuk mencapai toko, dan biaya yang diperlukan konsumen untuk membeli kebutuhan seragam sekolah.

II. Dasar Teori

II.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan (Subagyo, 2007). Sedangkan menurut teori yang dikemukakan oleh (Sulastri, 2016) Studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari tentang suatu usaha atau bisnis yang direncanakan untuk menentukan apakah layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Meneliti data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung dan dianalisis data-data tersebut sehingga diperoleh hasil yang lebih mendalam (Kasmir dan Jakfar, 2008)

II.2 Aspek-aspek Analisis Kelayakan Bisnis

II.2.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pasar juga dapat diartikan sebagai kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembeliannya (Umar, 2005). Analisis pasar dan pemasaran bertujuan untuk memahami berapa besar potensi pasar yang tersedia, berapa bagian yang dapat diraih oleh perusahaan atau usaha yang diusulkan serta strategi pemasaran yang direncanakan untuk memperebutkan konsumen (Husnan dan Suwarsono, 1999).

II.2.2 Aspek Teknis

Tahap selanjutnya yang akan dianalisis adalah aspek teknis. Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan *input* (penyediaan) dan *output* (produksi) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknik dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun (Husnan, 2005). Tujuan studi aspek teknis dan teknologi adalah untuk meyakini apakah secara teknis dan pilihan teknologi, rencana dapat dilaksanakan secara layak atau tidak, baik saat pembangunan proyek atau operasional secara rutin (Umar, 2007).

II.2.3 Aspek Finansial

Studi aspek keuangan bertujuan 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 akan berkembang terus (Umar, 2007). Ide bisnis tersebut tersedia serta bisnis tersebut mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan dengan berdasarkan asumsi-asumsi yang logis (Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis, 2010).

II.2 Metode Analisis Kelayakan

II.2.1 Net Present Value (NPV)

NPV yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Umar, 2007). Suatu proyek dinyatakan layak apabila nilai NPV positif (lebih besar dari nol). Dan jika sebaliknya maka proyek ditolak karena dinilai tidak menguntungkan. Rumus dari NPV adalah sebagai berikut:

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Keterangan:

CF_t = Aliran kas pertahun pada periode t

I₀ = Investasi awal pada tahun 0

K = Suku Bunga (*discount rate*)

Kriteria penilaian

Jika NPV > 0, maka usulan diterima

Jika NPV < 0, maka usulan ditolak

II.2.2 Internal Rate of Return (IRR)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) pada dasarnya merupakan metode untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan antara *present value* dari semua aliran kas masuk dengan kas keluar dari suatu investasi proyek.

$$RR = i1 + \frac{NPV}{NPV_1 - NPV_2} \times (i2 - i1)$$

Keterangan:

i1 = Tingkat bunga ke-1 NPV1 = NPV positif.

i2 = Tingkat bunga ke-2 NPV2 = NPV negatif.

Kriteria Penilaian:

Jika IRR > dari bunga pinjaman, maka **investasi diterima**.

Jika IRR < dari bunga pinjaman, maka **investasi ditolak**

II.2.3 Payback Period (PBP)

Merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. Kriteria kelayakan:

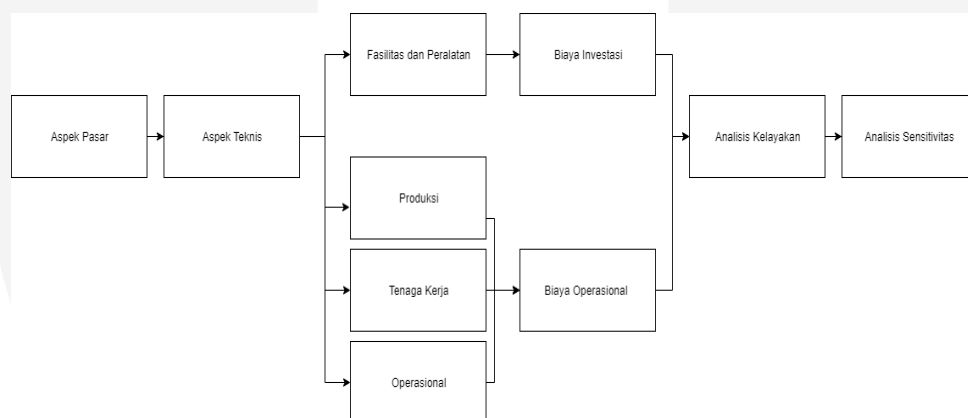
1. Proyek layak jika masa pemulihan modal investasi lebih pendek dari usia ekonomis.
2. Proyek tidak layak jika masa pemulihan modal investasi lebih lama dibandingkan usia ekonomisnya

Rumus:

$$PBP = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

III. Metode Konseptual

Kojona adalah perusahaan yang bergerak di usaha penjualan seragam sekolah dari tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Perusahaan ini telah memiliki dua *offline store* yang mana usaha ini akan dikembangkan dalam sisi penjualannya yaitu dengan secara pembukaan cabang baru. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Gambar III.1 metode konseptual dibawah ini



Gambar III.1 Metode Konseptual

IV. Pembahasan

IV.1 Aspek Pasar

Pasar potensial didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 270 responden mengenai keminatan responden terhadap seragam Kojona. Responden yang berminat dikelompokkan sebagai pasar potensial. Terdapat 56% responden atau 152 responden menyatakan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan. Pasar tersedia didapatkan dari responden yang berminat dan sanggup atau mampu untuk membeli produk. Hasil rekapitulasi terdapat 95 responden atau 63% dari pasar potensial. Pada penelitian ini dilakukan estimasi *demand* untuk 5 tahun kedepan dengan perkiraan kenaikan sebesar 1.14%, angka tersebut didapat dari rata-rata pertumbuhan pelajar yang ada di Kota Bandung

Tahun		2014	2015	2016	2017
Jumlah pelajar		446977	460985	460656	462250
Pertumbuhan pelajar		-	3%	-0,07%	0,35%
Rata-rata pertumbuhan					1,14%
Tahun	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah permintaan	2387	2415	2444	2474	2504

Rencana penjualan atau jumlah permintaan dimasa yang akan datang didapatkan dari peramalan permintaan berdasarkan data historis penjualan Kojona pada tahun 2018. Pola data penjualan seragam sekolah memiliki pola data musiman. Pola data musiman diolah menggunakan metode regresi linear dan metode winter seasonal index.

. Setelah diketahui jumlah permintaan untuk masing-masing kategori produk tahun 2020, selanjutnya dapat dibuat proyeksi permintaan atau rencana penjualan untuk masing-masing kategori produk dalam jangka waktu 5 tahun ke depan. Dilakukan peningkatan jumlah sebanyak 1,14% untuk setiap tahunnya seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1

Produk	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
SD	788	797	807	817	827
SMP	772	781	790	800	810
SMA	827	837	847	857	867
Jumlah	2387	2415	2444	2474	2504

Jumlah permintaan untuk seluruh produk pada tahun 2020 berjumlah 3260 stel seragam sekolah. Untuk tahun berikutnya rencana penjualan untuk masing-masing produk dilakukan peningkatan 1,14 % untuk kenaikan setiap tahunnya hal tersebut berdasarkan dari rata-rata pertumbuhan pelajar di Kota Bandung. Contoh perhitungan Permintaan 2021 = $788 + (788 \times 1,14\%) = 797$

Biaya Pemasaran didapatkan dari keinginan pemilik untuk memasarkan produk Kojona. Biaya pemasaran diestimasikan untuk 5 tahun kedepan. Kenaikan biaya pemasaran tiap tahunnya diestimasi sebesar 4%. Pemasaran yang dilakukan Kojona dengan mempromosikan secara *online* dengan menggunakan *Instagram ads*, lalu memberikan *voucher* belanja sebesar 10 % kepada pelajar-pelajar berestasi, menggunakan spanduk dan *x banner*, dan memberikan produk secara gratis untuk pelajar yang tidak mampu

Rencana Periklanan	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)	2024 (Rp)
<i>Instagram Ads</i>	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
Voucher Belanja	250.000	260.000	270.400	281.216	292.465
<i>Giveaway</i>	625.000	650.000	676.000	703.040	731.162
Spanduk dan X Banner	260.000	270.400	281.216	292.465	304.163
Total Biaya	2.335.000	2.428.400	2.525.536	2.626.557	2.731.620

IV.3 Aspek Teknis

Volume produksi merupakan jumlah produk yang diproduksi dalam setiap kali produksi. Penentuan volume produksi diperlukan untuk memenuhi permintaan konsumen. Volume produksi dihitung dengan cara menggunakan *allowance* sebesar 2% karena terdapat produk yang *reject*. Penentuan volume produksi didapatkan dari jumlah permintaan ditambah jumlah permintaan dikalikan *allowance*. Contoh perhitungan:

$$\text{Volume Produksi 2020} = 1.167 + (1.167 \times 2\%) = 1.182$$

VOLUME PRODUKSI					
Tahun	2020	2021	2022	2023	2024
SD	804	813	824	834	844
SMP	788	797	806	816	827
SMA	844	854	864	875	885
Total	2.436	2464	2494	2525	2556

Biaya material adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli kebutuhan material langsung, biaya material langsung dipengaruhi volume produksi. Untuk mendapatkan biaya material dilakukan perhitungan dengan cara harga pokok produksi dikalikan dengan volume produksi. Kebutuhan biaya material langsung diestimasi untuk 5 tahun kedepan.

TOTAL BIAYA TENAGA KERJA					
Tahun	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)	2024 (Rp)
Gaji Pokok	73.200.000	76.128.000	79.173.000	82.340.000	85.634.000
THR	3.050.000	3.172.000	3.299.000	3.431.000	3.568.000
Biaya makan	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000
TOTAL	80.750.000	83.800.000	86.972.000	90.271.000	93.702.000

Tenaga Kerja produksi yang dibutuhkan terdiri dari 1 orang penjahit, dan 1 orang yang bertugas membuat bordir. Gaji pokok yang diberikan Kojona untuk penjahit sebesar Rp 2.000.000. Penentuan gaji berdasarkan kesepakatan antara pemilik dan tenaga kerja. Selain tenaga kerja produksi Kojona membutuhkan tenaga kerja non produksi yang bertugas sebagai *shopkeeper* dan admin.

Biaya material adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli kebutuhan material langsung, biaya material langsung dipengaruhi volume produksi. Untuk mendapatkan biaya material dilakukan perhitungan dengan cara harga pokok produksi dikalikan dengan volume produksi.

Produk	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)	2024 (Rp)
Produk SD	37.287.922	39.213.434	41.333.648	43.508.576	45.791.367
Produk SMP	38.582.694	39.336.412	41.419.064	43.604.237	45.924.832
Produk SMA	43.276.522	45.427.280	47.311.382	49.491.837	51.743.800
Total	119.147.138	123.977.126	130.064.094	136.604.649	143.459.999

IV.4 Aspek Finansial

Kebutuhan dana Kojona terdiri dari biaya investasi dan *working capital*. Biaya *working capital* didapat dari biaya operasional ditambah dengan biaya listrik mesin dan dikurangi dengan biaya depresiasi. Kebutuhan sumber dana berasal dari modal sendiri. Kebutuhan dana yang dibutuhkan adalah Rp 44.030.455. Kebutuhan dana tersebut 100% milik pribadi.

Pendapatan Kojona berasal dari penjualan seragam sekolah, perhitungan proyeksi pendapatan didapatkan dari perkalian harga jual masing-masing produk dengan rencana penjualan atau target penjualan dapat dilihat pada Tabel IV.9. Harga penjualan produk didapat dari rata-rata harga per satu stel produk untuk setiap kategori. Harga jual produk SD sebesar Rp 93.000, harga jual produk SMP sebesar Rp 128.000 dan untuk harga jual produk SMA sebesar Rp. 132.000.

Tahun	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)	2024 (Rp)
SD	37.287.922	39.213.434	41.333.648	43.508.576	45.791.367
SMP	38.582.694	39.336.412	41.419.064	43.604.237	45.924.832
SMA	43.276.522	45.427.280	47.311.382	49.491.837	51.743.800
TOTAL	119.147.138	123.977.126	130.064.094	136.604.649	143.459.999

Terdapat 3 metode untuk menilai kelayakan usaha yaitu NPV, IRR dan PBP. Hasil dari perhitungan analisis kelayakan menjadi faktor keputusan untuk perusahaan membuka cabang baru atau tidak. Pada Tabel merupakan hasil perhitungan NPV, IRR, dan PBP pembukaan cabang baru Kojona.

TAHUN	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Periode	0	1	2	3	4	5
Initial Cash Flow (Cash Out)	139.336.328	-	-	-	-	-
Operational Cash Flow (Cash In)		43.772.127	49.301.083	53.772.815	59.678.437	65.407.985
Net Cash	- 139.336.328	43.772.127	49.301.083	53.772.815	59.678.437	65.407.985
p/f faktor	1,0000	0,8493	0,7212	0,6125	0,5202	0,4418
NPV	- 139.336.328	37.173.781	35.557.779	32.936.696	31.043.722	28.895.233
NPV Kumulatif	- 139.336.328	102.162.548	66.604.769	33.668.073	2.624.352	26.270.881
Interest Rate		17,75%				
NPV		26.270.881				
Payback Period		4,085				
IRR		25%				

Investasi dinyatakan layak apabila nilai perhitungan $NPV > 0$ dan dinyatakan tidak layak apabila $NPV < 0$ atau bernilai negatif. Investasi dinyatakan layak menggunakan metode IRR apabila jika nilai $IRR > MARR$ dan dinyatakan tidak layak apabila $IRR < MARR$. NPV kelayakan pembukaan cabang baru Kojona pada periode ke-5 bernilai Rp 3.655.906, oleh karena itu pembukaan cabang baru Kojona dinyatakan layak. Berdasarkan perhitungan IRR pembukaan cabang bernilai 21%. Nilai ini lebih besar dari nilai MARR yang ditetapkan yaitu sebesar 17,75%. Dapat disimpulkan pembukaan cabang baru Kojona dinyatakan layak. Berdasarkan metode tersebut nilai PBP pembukaan cabang baru Kojona bernilai 4,681.

IV.7 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui dampak yang terjadi jika terjadi peningkatan bahan baku maupun penurunan harga jual. Dalam penelitian ini analisis sensitivitas dilakukan kepada alternatif terpilih terhadap aspek biaya material langsung dan aspek harga jual produk pada alternatif terpilih.

NO	Presentase Kenaikan	NPV
1	6%	2.010.057
2	7%	(2.033.413)
Biaya material langsung sensitif terhadap kenaikan sebesar		6,50

NO	Presentase Kenaikan	NPV
1	2%	Rp 7.838.595
2	3%	Rp (1.817.636)
Biaya material langsung sensitif terhadap kenaikan sebesar		2,81%

V. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan dan hasil analisis yang dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Proyeksi Penjualan

Rencana penjualan Kojona didapatkan dengan Teknik peramalan regresi linier dan metode winter seasonal index. Berdasarkan data historis penjualan produk seragam memiliki pola musiman dikarenakan faktor musiman yaitu kegiatan belajar mengajar ajaran baru. Setelah perhitungan peramalan didapatkan pada tahun 2020 sebesar 2387 stel seragam sekolah. Untuk tahun berikutnya mengalami peningkatan sebesar 1,14%. Hal tersebut berdasarkan rata-rata pertumbuhan pelajar di Kota Bandung.

2. Kesimpulan Aspek Teknis

Lokasi cabang baru Kojona berada di Kecamatan Coblong. Hal tersebut dikarenakan Kecamatan Coblong memiliki jumlah pelajar terbesar di Kota Bandung. Lokasi tersebut dibagi menjadi 2 lokasi yaitu lokasi untuk memproduksi seragam sekolah dan lokasi untuk penjualan seragam tersebut. Lokasi penjualan berada di pasar tilil. Lokasi dianggap strategis dikarenakan dikelilingi oleh beberapa sekolah dan belum ada usaha serupa yang menjual seragam sekolah.

3. Kesimpulan Analisis Kelayakan

Berdasarkan nilai perhitungan NPV, NPV kelayakan pembukaan cabang baru Kojona pada periode ke-5 bernilai Rp 26.270.881, oleh karena itu pembukaan cabang baru Kojona dinyatakan layak. Berdasarkan perhitungan IRR pembukaan cabang bernilai 25%. Nilai ini lebih besar dari nilai MARR yang ditetapkan yaitu sebesar 17,75%. Dapat disimpulkan pembukaan cabang baru Kojona dinyatakan layak. Nilai PBP pembukaan cabang baru Kojona bernilai 4,085

4. Kesimpulan Analisis Sensitivitas

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan tingkat sensitivitas terhadap penurunan harga jual produk sebesar 6,50%. Apabila biaya harga jual produk mengalami penurunan lebih besar 6,50%, Kojona akan mengalami kerugian. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan tingkat sensitivitas terhadap penurunan harga jual produk sebesar 2,81%. Apabila biaya harga jual produk mengalami penurunan lebih besar 2,81%, Kojona akan mengalami kerugian.

5. Penjualan seragam dipengaruhi oleh faktor musiman, untuk mengantisipasi pada saat permintaan rendah, Kojona dapat menjalin kerja sama dengan instansi lain untuk pengadaan seragam instansi. Kojona juga dapat bekerja sama dengan pihak sekolah swasta apabila pengadaan sekolah apabila kerja sama dengan sekolah negeri terbentur dengan peraturan pemerintah.

VI. Daftar Pustaka

- Abdi, Usman Rianse. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BPS. (2017). *Kota Bandung Dalam Angka*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- Indonesia, P. (2014). *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 45 Tentang Pakaian Seragam Sekolah Bagi Peserta Didik Pada Jenjang Pendidikan Dasar Dan Menengah Atas*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kasmir dan Jakfar. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Suad Husnan dan Suwarsono Muhammad. (1999). *Studi Kelayakan Proyek. Edisi 4*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Subagyo, A. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. LGM - LaGood's Publishing.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.