

ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA PURNAMA LAUNDRY DI KOTA KARAWANG DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS DAN ASPEK FINANSIAL

FEASIBILITY ANALYSIS OF PURNAMA LAUNDRY BUSINESS DEVELOPMENT IN KARAWANG CITY IN TERMS OF MARKET ASPECT, TECHNICAL ASPECT AND FINANCIAL ASPECT

Firna Zania Ramadhanty¹, Dr.Ir. Nanang Suryana, M.T.², Ir. Sinta Aryani, MAIS.³

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

¹zaniafirna@gmail.com, ²nagtelu@gmail.com, ³sintatelu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Purnama Laundry merupakan salah satu jasa laundry kiloan yang berada di kota Karawang. Setelah kurang lebih lima tahun menjalankan usaha laundry, rata-rata pendapatan yang didapatkan oleh Purnama Laundry selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut Purnama Laundry berencana memperluas usaha dan meningkatkan profit dengan melakukan pembukaan cabang baru di Kota Karawang. Oleh karena itu, dilakukan analisis kelayakan berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data untuk analisis kelayakan menunjukan hasil bahwa pembukaan cabang baru Purnama Laundry layak untuk dijalankan dengan nilai NPV sebesar Rp 170.213.970, IRR sebesar 63,09%, PBP pada 2,2 tahun, dan mengalami BEP pada saat penjualan mencapai 16.258 kilogram atau pada saat pendapatan mencapai Rp 98.623.075. Analisis sensitivitas Purnama Laundry menunjukkan bahwa investasi Purnama Laundry sensitive terhadap penurunan *demand* sebesar 25,01%, penurunan harga jual sebesar 21,48%, kenaikan biaya bahan baku sebesar 118,2%, dan kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 117,1%. Risiko yang mungkin muncul pada Purnama Laundry adalah munculnya banyak pesaing baru, munculnya pandemi COVID-19, adanya kesalahan pada saat melakukan proses bisnis, dan kenaikan tingkat inflasi dengan persentasi sebesar 10%.

Kata Kunci: analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP, analisis sensitivitas

Abstract

Purnama Laundry is one of the laundry services located in Karawang. After five years running a laundry, the average purnama's laundry revenue has increased every year. The increasing in revenue causes the business owner are planning to expand its business and increase profits by opening a new branch in Karawang. Therefore, feasibility analysis based on market, technical and financial aspect is need to be done. Feasibility analysis result shows that the planned of Purnama Laundry business development is feasible with NPV value of Rp 170.213.970, IRR of 63,09% and PBP of 2,2 years. Sensitivity analysis shows that Purnama Laundry business development is sensitive to decrease of demand at 25,01%, decrease of selling price at 21,481%, increase of direct material cost at 118,2% and increase of labor cost at 117,1%. The risk that may come up in the Purnama Laundry business are the risk of appearance of many new competitors, the emergence of the coronavirus disease (COVID-19), errors when doing business processes, and an increase in the inflation rate by a percentage of 10%.

Keyword : *feasibility analysis, NPV, IRR, PBP, sensitivity analysis*

I. Pendahuluan

Di zaman yang modern ini Usaha Kecil Menengah (UKM) mulai meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi setiap individu, khususnya di daerah Karawang. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Karawang, setidaknya wilayah ini memiliki potensi sekitar 38.904 UKM sampai akhir tahun 2016 lalu. Meningkatnya perkembangan Usaha Kecil Menengah tersebut juga di akibatkan oleh pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

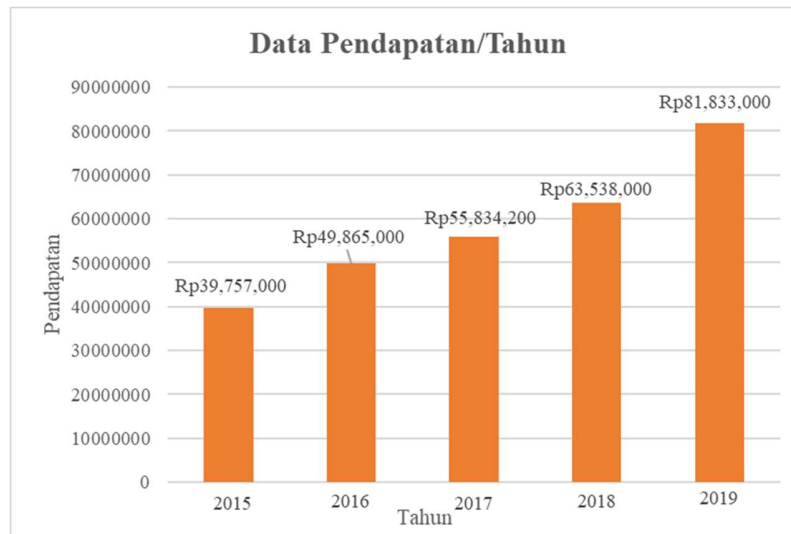
Tabel I. 1 Jumlah Penduduk di Kabupaten Karawang

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karawang		
	Laki - Laki 2016	Perempuan 2016	Jumlah 2016
0-4	110973	105496	216469
9-May	102555	97564	200119
14-Oct	104320	99116	203436
15-19	108049	97697	205746
20-24	109252	96368	205620
25-29	102334	96942	199276
30-34	100246	98669	198915
35-39	94866	91484	186350
40-44	86380	81742	168122
45-49	71612	67816	139428
50-54	58403	55482	113885
55-59	45398	41582	86980
60-64	33697	32508	66205
65+	49225	56002	105227
Jumlah	1177310	1118468	2295778

Tabel I.1 menunjukkan jumlah penduduk di Kabupaten Karawang. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Kabupaten Karawang yang berada dalam kelompok angkatan kerja mencapai 1.675.754 jiwa.

Seiring dengan kemajuan jaman dan tumbuh pesatnya teknologi sekarang ini membawa dampak yang cukup berpengaruh kuat terhadap kehidupan masyarakat yang ada. Semua masyarakat menginginkan semua hal yang dilakukan serba instan dan cepat. Umumnya seseorang dengan usia lebih dari 15 tahun telah memiliki kesibukan tersendiri, seperti menuntut ilmu, mencari jati diri, atau melakukan pekerjaan guna mendapatkan penghasilan. Kegiatan-kegiatan tersebut biasanya dilakukan di luar rumah sehingga tidak jarang seseorang tersebut kesulitan membagi waktu antara melaksanakan pekerjaan diluar rumah dan pekerjaan rumah. Salah satu pekerjaan rumah yang seringkali sulit dilakukan oleh seseorang yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi namun merupakan sesuatu yang harus dipenuhi setiap hari nya ialah mencuci pakaian. Sehingga, tidak sedikit masyarakat yang memilih untuk mempercayakan pekerjaan tersebut kepada layanan jasa cuci pakaian walau harus mengeluarkan biaya tertentu. Masyarakat yang biasa menggunakan jasa laundry umumnya adalah mahasiswa, karyawan swasta, ibu rumah tangga yang bekerja, dan lain-lain.

Layanan jasa yang memberikan kemudahan dalam mencuci pakaian kotor biasa disebut dengan jasa *Laundry*. Peluang bisnis jasa *Laundry* semakin besar bahkan hampir di setiap daerah, mengingat bahwa mencuci pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang dibutuhkan oleh setiap individu. Salah satu usaha *Laundry* yang terdapat di Kabupaten Karawang ialah Purnama Laundry. Purnama Laundry berlokasi di Jalan Nagasari, Gang Bojong No.4, Kec. Karawang Barat, Kabupaten Karawang. Pangsa pasar Purnama Laundry adalah masyarakat yang memiliki pekerjaan dengan kesibukan yang tidak terlalu tinggi serta mahasiswa yang merantau dan bertempat tinggal disekitar pusat kota Karawang. Purnama Laundry menawarkan jasa laundry kiloan dengan harga Rp 5.500/kg dan memiliki tagline "Satu Hari Selesai". Selain itu Purnama Laundry juga menyediakan layanan antar jemput pakaian secara gratis. Setelah kurang lebih lima tahun menjalankan usaha laundry, pendapatan yang didapatkan oleh Purnama Laundry selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya.



Gambar I. 1 Data Pendapatan/Tahun

Dapat dilihat pada Gambar I.1 pendapatan Purnama Laundry meningkat setiap tahunnya, dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut Purnama Laundry berencana memperluas usaha dan meningkatkan profit dengan melakukan pembukaan cabang baru di Kota Karawang.

Kondisi lingkungan bisnis yang dinamis serta persaingan yang ada membuat pelaku bisnis dituntut untuk melakukan studi kelayakan tentang layak dijalankan atau tidaknya sebuah bisnis tersebut, studi kelayakan bisnis perlu dilakukan pada beberapa aspek, yaitu: aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek keuangan. Namun pada kasus kali ini penulis hanya melakukan studi kelayakan bisnis pada tiga aspek saja, yaitu aspek pasar, aspek teknis dan aspek keuangan.

II. Kajian Pustaka

II.1 Pengertian Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan suatu kegiatan bisnis. Husein Umar (2001/5) menyatakan bahwa studi kelayakan usaha adalah suatu penelitian untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu proses bisnis yang biasanya merupakan proyek investasi dapat dilaksanakan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), studi kelayakan usaha merupakan kegiatan menganalisis suatu usaha yang sedang dijalankan untuk mengetahui usaha tersebut layak atau tidak dijalankan.

II.2 Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

II.2.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Para ahli berpendapat bahwa definisi pasar merupakan suatu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Staton, seorang ahli pemasaran berpendapat bahwa pasar adalah kumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan keinginannya untuk menggunakan uang tersebut. Pengertian lain yang lebih luas tentang pasar ialah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk.

Menurut Kotler (1997), pasar terbagi menjadi 3 yaitu:

1. Pasar potensial (*potential market*), yaitu sekelompok konsumen yang cukup tertarik dengan penawaran pasar tertentu.
2. Pasar tersedia (*available market*), yaitu sekelompok konsumen yang tertarik, memiliki pendapatan, dan akses untuk penawaran pasar tertentu.
3. Pasar sasaran (*target market*), yaitu bagian dari pasar tersedia yang memenuhi syarat perusahaan untuk dikejar atau dimasuki oleh perusahaan.

II.2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang menilai suatu usaha dikatakan layak dilihat dari sisi teknis operasional dan teknologi yang digunakan sehingga pada saat beroperasi tidak terjadi kesalahan fatal yang akan membuat biaya produksi semakin tinggi dan membuat kerugian dimasa yang akan datang (Umar 2001). Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah SOP (*Standard Operationg Procedure*), lokasi usaha, tata letak, jam kerja, tenaga kerja serta sarana dan prasarana.

II.2.3 Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena pada aspek ini kita menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya serta manfaat yang diharapkan dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti biaya modal, ketersediaan dana, dan kemampuan usaha untuk membayar kembali dana tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah usaha akan dapat dikembangkan terus (Umar, 2001). Investasi sendiri merupakan sebuah aktivitas menempatkan dana pada satu periode tertentu untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.

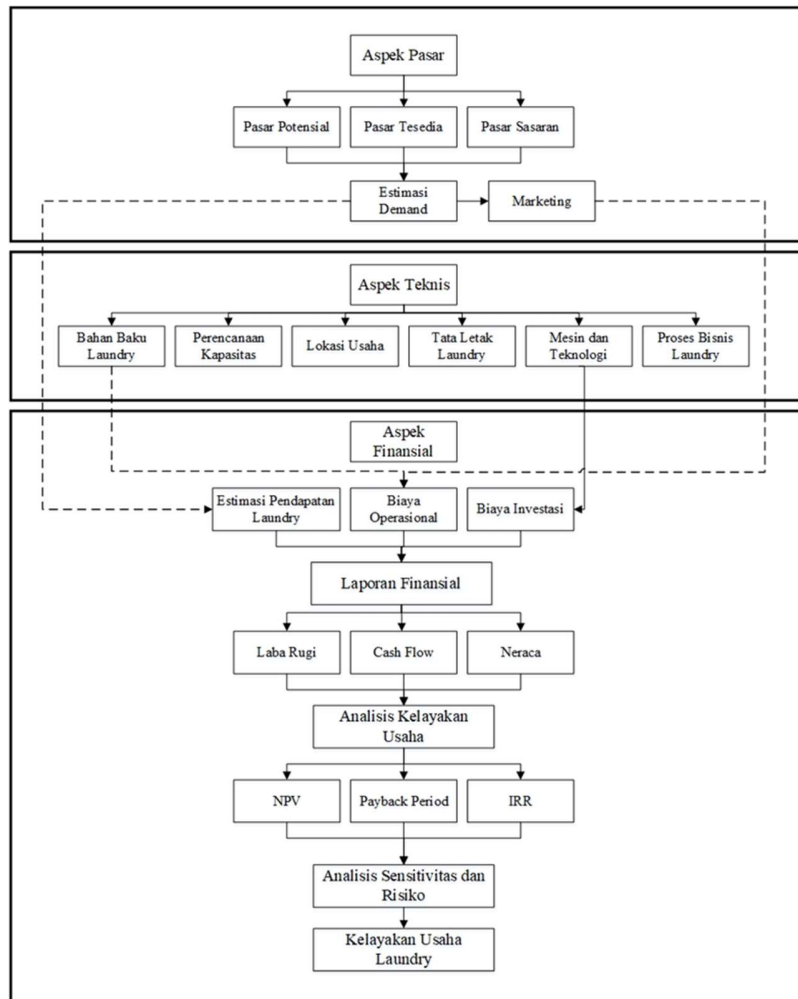
II.3 Analisis Sensitivitas

Analisis ini dapat digunakan untuk menilai tingkat kepekaan (Tingkat sensitivitas) perubahan aliran kas apabila faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya aliran kas tersebut berubah-ubah. Analisis sensitivitas bertujuan untuk melihat apa yang akan terjadi dengan hasil analisa suatu proyek usaha, jika ada suatu kesalahan atau perubahan dalam dasar perhitungan biaya atau benefit, dengan demikian tujuan utama dari analisa sensitivitas yaitu untuk memperbaiki cara pelaksanaan proyek usaha yang sedang di laksanakan, memperbaiki desain proyek usaha sehingga dapat meningkatkan NPV dan untuk mengurangi resiko kerugian dengan menunjukkan beberapa tindakan pencegahan yang harus diambil (Umar 2001).

II.4 Analisis Risiko

Pengukuran resiko adalah usaha untuk mengetahui besar atau kecilnya resiko yang mungkin dialami dalam membangun usaha. Dimensi yang harus diukur dalam pengukuran resiko yaitu frekuensi atau jumlah kejadian yang akan terjadi dan keparahan dari kerugian itu yang nantinya bisa digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata dari kerugian dan variansi nilai kerugian dalam suatu periode tertentu serta dampak keseluruhan dari kerugian tersebut (D.Herman, 2010).

III. Metodologi Penelitian



Gambar III. 1 Model Konseptual

Gambar III.1 menunjukkan model konseptual pada penelitian ini. Gambar tersebut menjelaskan aspek-aspek yang berpengaruh dan dibutuhkan untuk menganalisis kelayakan sebuah usaha. Aspek tersebut yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Dalam aspek pasar terdapat pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Dengan menganalisis pasar potensial dari pembukaan cabang baru usaha Purnama Laundry akan didapatkan kemungkinan adanya jumlah pasar yang minat dengan jasa yang ditawarkan. Setelah itu menganalisis pasar tersedia untuk mengetahui jumlah yang bersedia atau mau untuk mendapatkan penawaran pada Purnama Laundry. Lalu dilanjutkan dengan menganalisa pasar yang akan menghasilkan jumlah permintaan atau *demand*.

Selanjutnya, jumlah permintaan atau *demand* pada aspek pasar digunakan kembali di aspek teknik dan laporan finansial. Pada aspek teknik terdapat SOP, lokasi usaha, tata letak, tenaga kerja dan mesin dan perangkat. Aspek yang ada pada aspek teknik tersebut akan menghasilkan biaya investasi dan biaya operasional.

Data yang telah didapatkan dari analisa aspek pasar dan aspek teknis kemudian akan diolah di dalam laporan finansial, dimana data tersebut akan diubah menjadi laporan laba rugi, laporan aliran arus kas dan laporan neraca. Hasil laporan tersebut dapat memvisualisasikan proyeksi keuangan dan tingkat pengembalian investasi dengan menggunakan perhitungan NPV, IRR, PBP dan BEP. Selain itu, analisa sensitivitas dan analisa risiko juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi untuk pembukaan cabang akan dijalankan.

IV. Pembahasan

IV.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

- **Pasar potensial**
Pasar potensial didapatkan dari rekapan data responden yang memiliki minat terhadap jasa laundry kiloan. Berdasarkan data rekapan kuesioner didapatkan bahwa sebanyak 97% dari 100 responden menyatakan berminat menggunakan jasa laundry kiloan, sementara 3% dari 100 responden menyatakan tidak berminat untuk menggunakan jasa laundry kiloan. Hasil tersebut menandakan bahwa Purnama Laundry memiliki peluang untuk membuka cabang pada area pasar tersebut.
- **Pasar tersedia**
Pasar tersedia didapatkan dari data responden yang menyatakan minat dan bersedia untuk membayar jasa laundry kiloan dengan harga Rp5.500/kilogram. Berdasarkan rekapan kuesioner, diketahui sebanyak 97% dari 100 responden bersedia mengeluarkan biaya Rp5.500/kilogram untuk jasa laundry kiloan. Sementara sebanyak 3% dari 100 responden menyatakan tidak bersedia untuk mengeluarkan biaya yang ditawarkan tersebut.
- **Pasar sasaran**
Pasar sasaran merupakan pasar yang akan dimasuki oleh Purnama Laundry. Presentase pasar sasaran yang akan dimasuki dipilih berdasarkan pertimbangan pemilik laundry serta kemampuan sarana dan prasarana dalam memenuhi permintaan konsumen. Dengan berbagai pertimbangan tersebut, Pemilik laundry menetapkan pasar sasaran sebesar 0.44% dari pasar tersedia sehingga total pasar sasaran sebanyak 6.922 konsumen.
- **Pemasaran**
Salah satu cara agar target pasar yang telah ditetapkan diawal pembukaan usaha dapat tercapai dan pemilik usaha mendapatkan keuntungan yang diinginkan adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh Purnama Laundry diantaranya adalah melalui penyebaran flyer ke calon konsumen, word of mouth melalui pelanggan tetap Purnama Laundry yang merasa puas dengan layanan yang didapatkan, dan pemasangan spanduk.

IV.2 Aspek Teknis

- **Kebutuhan Bahan Baku**
Bahan baku yang dibutuhkan untuk melakukan proses bisnis laundry terdiri dari detergen, pewangi, pelemt, pelican, dan pemutih pakaian. Selain itu dibutuhkan plastic packing dan plasik hitam untuk pakaian yang telah selesai di laundry. Bebutuhan bahan baku setiap tahunnya berbeda karena permintaan setiap tahunnya memiliki kenaikan. Bahan baku yang digunakan oleh Purnama Laundry didapatkan dari agen yang terpercaya dengan harga yang murah namun berkualitas.
- **Sumber daya manusia**
Purnama Laundry memiliki tiga orang pegawai. Owner Purnama Laundry ikut menjalankan proses bisnis dengan *jobdesc* melayani pelanggan yang baru datang, melakukan proses pencucian, melakukan proses *packing* dan mengantar pakaian yang akan diantar. Pegawai 1 dan 2 memiliki *jobdesc* yang sama, yaitu melayani pelanggan yang baru datang, melakukan proses pengeringan, dan melakukan proses penyetrikaan.
- **Perencanaan kapasitas**

Tabel IV. 1 Waktu Kerja

	Keterangan	Waktu
Hari Kerja	Senin-Minggu	7 hari
Jam Kerja	06.00-22.00 wib	16 jam

Estimasi waktu proses pengerjaan laundry untuk satu kilogram pakaian adalah selama 260 menit atau 4 jam 20 menit. Dengan waktu kerja selama 7 hari, jam kerja selama 16 jam per hari, dan mesin cuci sebanyak lima buah, Purnama Laundry mampu menyelesaikan laundry sebanyak 148 kilogram perhari atau sebanyak 53.169 kilogram per tahun.

- **Lokasi usaha**

Setelah melakukan perhitungan dengan *factor rating*, lokasi yang terpilih untuk Purnama Laundry dengan nilai rating tertinggi ialah berlokasi di Jl. Bima Raya, Perumnas Blok R no. 42, Teluk Jambe Karawang. Lokasi tersebut berada di tengah-tengah salah satu perumahan di Karawang dan dekat dengan pasar yang ramai dikunjungi oleh warga sekitar. Lokasi tersebut memberikan keuntungan kepada Purnama Laundry karena berlokasi di tengah-tengah perumahan.

- **Layout**
Ruko yang dipilih pemilik Purnama Laundry memiliki area yang cukup luas. Bagian depan ruko digunakan untuk melayani pelanggan yang akan melakukan laundry dan digunakan sebagai tempat penyimpanan hasil laundry yang telah selesai. Lalu dibatasi dengan tirai, didalamnya terdapat toilet, tempat untuk menyetrika dan mesin pengering. Pada halaman belakang digunakan sebagai tempat mencuci dan menjemur pakaian.
- **Mesin dan perangkat**
Pada penelitian ini mesin dan perangkat yang digunakan dalam kegiatan operasional Purnama Laundry merupakan produk baru tanpa adanya nilai sisa dari investasi sebelumnya. Seiring dengan meningkatnya permintaan pada tahun-tahun yang akan datang memungkinkan adanya penambahan pada kebutuhan mesin dan perangkat tersebut.
- **Bisnis Proses**
Proses bisnis Purnama Laundry dimulai saat pelanggan datang membawa pakaian untuk dilaundry, lalu pegawai akan menimbang pakaian tersebut dan mempersilakan pelanggan memilih parfume, setelah itu pegawai akan membuat nota pengambilan laundry untuk pelanggan. Setelah nota dibuat dilakukan proses pencucian, namun sebelumnya dilakukan pemisahan pakaian yang luntur jika ada, setelah itu pakaian diberi pelembut dan dilanjutkan dengan proses pengeringan. Setelah pakaian kering, pakaian tersebut akan disetrika oleh pegawai untuk kemudian dilanjutkan dengan proses packing kedalam plastik. Pakaian yang sudah selesai di laundry akan disimpan di rak penyimpanan sampai pelanggan datang mengambil pakaian tersebut.

IV.3 Aspek Finansial

Biaya dan pendapatan dari Purnama Laundry diolah di dalam laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan neraca. Kemudian dari laporan keuangan tersebut dilakukan penilaian kelayakan investasi yang dinilai dari NPV, IRR, PBP dan BEP.

- **NPV**
Suatu bisnis atau investasi dikatakan layak jika nilai NPV pada akhir periode implementasi bernilai lebih besar dari 0. Berikut merupakan hasil perhitungan NPV pada Purnama Laundry selama lima periode yang dimulai dari periode 0.

Tabel IV. 2 Proyeksi NPV

Tahun	NPV Kumulatif
2020	Rp (69,916,897)
2021	Rp (59,186,934)
2022	Rp (25,102,961)
2023	Rp 22,933,493
2024	Rp 84,772,227
2025	Rp 160,138,428

- **IRR**
Internal rate of return merupakan salah satu indikator dalam menentukan kelayakan suatu bisnis atau investasi. Penentuan kelayakan dilakukan dengan membandingkan nilai IRR dengan MARR (Minimum Atractive Rate of Return), dimana suatu bisnis atau investasi dikatakan layak jika nilai IRR lebih besar dari MARR. Nilai IRR yang didapatkan Purnama Laundry melalui perhitungan adalah 63,09%, nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai MARR nya sebesar 15,07%.
- **PBP**
Payback period digunakan untuk mengetahui periode atau waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk pengembalian modal awal. Penentuan kelayakan dilakukan dengan membandingkan nilai PBP yang telah dihitung dengan periode implementasi, jika nilai PBP kurang dari periode implementasi maka dapat dikatakan investasi tersebut layak dijalankan. Pada investasi Purnama Laundry didapatkan nilai PBP selama 2,2 tahun dengan periode implementasi selama 5 tahun.

- BEP
BEP menunjukkan suatu kondisi dimana usaha tersebut tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa Purnama Laundry akan berada pada kondisi *break event point* saat penjualan mencapai 16,258 kilogram atau saat penjualan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 98.623.075.

IV.4 Analisis Sensitivitas

Perhitungan sensitivitas dilakukan untuk mengetahui sampai titik mana kelayakan investasi mulai terpengaruh dengan perubahan pada beberapa variabel tertentu. Pada penelitian ini analisis sensitivitas dilakukan terhadap beberapa variabel yaitu penurunan demand dengan tingkat sensitivitas sebesar 25,0%, penurunan harga jual dengan tingkat sensitivitas sebesar 21,5%, kenaikan biaya bahan baku dengan tingkat sensitivitas sebesar 118%, dan kenaikan gaji tenaga kerja dengan tingkat sensitivitas sebesar 117%.

IV.5 Analisis Risiko

Risiko yang mungkin terjadi saat proses bisnis Purnama Laundry berjalan diuraikan menjadi risiko pasar dan adanya pandemi COVID-19 dengan persentase sebesar 3%, risiko operasional dengan persentase sebesar 4%, dan risiko finansial dengan persentase sebesar 3 %. Untuk mengukur pengaruh risiko terhadap investasi digunakan metode *discount rate*. Dimana usaha dikatakan layak jika Total Rate < IRR. Pada penelitian ini didapatkan total rate sebesar 25,07% dengan nilai IRR sebesar 63%.

Tabel IV. 3 Perhitungan Risiko

Aspek Risiko	Risiko	Persentase	MARR	Total Rate (Risiko+MARR)	IRR
Pasar	Munculnya banyak pesaing baru, adanya pandemi covid-19	3%	15.07%	25.07%	63%
Operasional	Kesalahan proses bisnis	4%			
Finansial	Kenaikan tingkat inflasi	3%			

V. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil pengolahan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial menunjukkan hasil bahwa pembukaan cabang baru Purnama Laundry layak untuk dijalankan dengan nilai NPV sebesar Rp 160.138.428, IRR sebesar 63,09%, PBP pada 2,2 tahun, dan mengalami BEP pada saat penjualan mencapai 16,258 kilogram atau saat pendapatan mencapai sebesar Rp 98.623.075.. Analisis sensitivitas Purnama Laundry menunjukkan bahwa investasi Purnama Laundry sensitive terhadap penurunan demand sebesar 25,0%, penurunan harga jual sebesar 21,5%, kenaikan biaya bahan baku sebesar 118%, dan kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 117%. Risiko yang mungkin muncul pada Purnama Laundry adalah munculnya banyak pesaing baru, adanya pandemi seperti saat ini (COVID-19), terjadinya kesalahan pada saat melakukan proses bisnis, dan kenaikan tingkat inflasi dengan persentasi sebesar 10%.

Daftar Pustaka

- [1] BPS, 2016. *Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang*. [Online] Available at: <https://karawangkab.bps.go.id/> [Accessed 1 Mei 2020].
- [2] Jakfar, 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. 2 ed. Jakarta: Prenada Media Group.
- [3] Kotler, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Terjemahan Ancella Aniwati Herman ed. Jakarta: Salemba empat.
- [4] Umar, H., 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.