

PERANCANGAN BISNIS DAN KELAYAKAN COFFEE SHOP KEDAI OM BOED DALAM PEMBUKAAN CABANG BARU DI KABUPATEN BANDUNG

BUSINESS DESIGN AND FEASIBILITY OF COFFEE SHOP KEDAI OM BOED IN OPENING A NEW BRANCH IN BANDUNG DISTRICT

Jessica Nindya Putri ¹, Endang Chumaidiyah ², Yudha Prambudia ³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

¹jessicanindya@student.telkomuniversity.ac.id,

²endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id, ³prambudia@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kedai Om Boed merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual beberapa jenis minuman seperti kopi maupun non-kopi, serta terdapat juga beberapa makanan ringan. Pemilik bisnis membuka usaha offline store pertamanya di Jakarta Utara, tepatnya berada di daerah Tanjung Priuk. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bisnis Kedai Om Boed, Pak Budy selaku pemilik usaha ingin melakukan ekspansi bisnisnya dengan membuka cabang offline store baru di Bandung, tepatnya di Kabupaten Bandung kecamatan Dayeuhkolot. Pada penelitian ini, aspek pasar diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden di Universitas Telkom yang terbagi menjadi 7 Fakultas. Diperoleh sebesar 88,5% pasar potensial, 89% pasar tersedia, dan perusahaan membidik sebesar 0,8% pasar sasaran dari pasar tersedia. Analisis aspek teknis dan operasional dilakukan untuk mengetahui pengeluaran dan pemasukan selama usaha dijalankan. Hasil perhitungan pada aspek finansial menunjukkan bahwa nilai NPV sebesar Rp 20.740.592, IRR sebesar 12%, dan PBP selama 4,6 tahun. Usaha ini layak untuk dijalankan karena nilai $IRR > MARR$ sebesar 4,28%. Pada penelitian ini, terdapat beberapa batas sensitivitas terhadap peningkatan biaya bahan baku, peningkatan biaya tenaga kerja, penurunan demand, dan penurunan harga penjualan. Selain itu terdapat pula risiko dari setiap aspek yang memiliki bobot masing-masing dan diperhitungkan sebesar 4,31% risiko yang mungkin terjadi selama berjalannya usaha ini.

Kata kunci : *analisis sensitivitas, NPV, IRR, PBP, MARR*

Abstract

Kedai Om Boed is one of the businesses engaged in the culinary field that sells several types of drinks such as coffee and non-coffee, as well as some snacks. The business owner opened his first offline store business in North Jakarta, precisely in the Tanjung Priuk area. Based on the results of interviews with the business owner of Kedai Om Boed, Mr. Budy as the business owner wants to expand his business by opening a new offline store branch in Bandung, precisely in Bandung Regency, Dayeuhkolot sub-district. In this study, the market aspect was obtained from distributing questionnaires to 100 respondents at Telkom University which was divided into 7 faculties. Obtained by 88.5% of the potential market, 89% of the available market, and the company targets 0.8% of the target market from the available market. Analysis of technical and operational aspects is carried out to determine expenses and income during the business run. The calculation results on the financial aspect show that the NPV value is Rp. 20.740.592, the IRR is 12%, and the PBP is 4.6 years. This business is feasible to run because the value of $IRR > MARR$ is 4,28%. In this study, there are several sensitivity limits to the increase in raw material costs, increase in labor costs, decrease in demand, and decrease in sales prices. In addition, there are also risks from each aspect that have their respective weights and are calculated at 4.31% of risks that may occur during the course of this business.

Keywords : *feasibility analysis, NPV, IRR, PBP, MARR*

I. Pendahuluan

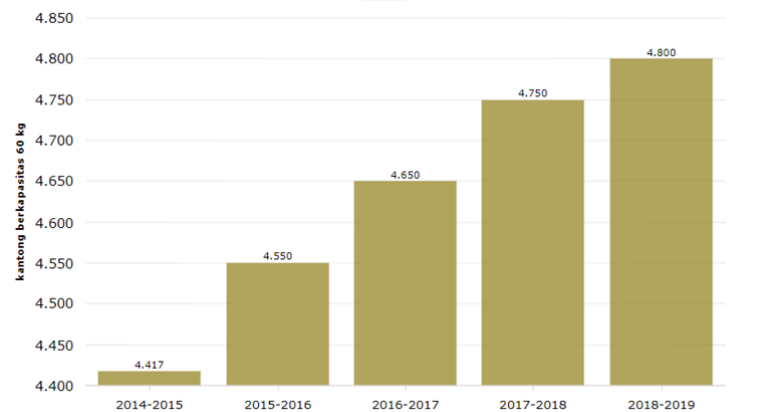
Sosialisasi adalah kebutuhan utama masyarakat khususnya kaum remaja. Kafe, dalam hal ini, adalah salah satu tujuan masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan sosialisasi. Kunjungan ke kafe atau tempat – tempat sejenisnya pada saat ini telah menjadi suatu gaya hidup. Minum kopi saat ini telah menjadi gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia. Minum kopi merupakan salah satu trend di industry kuliner yang terus berkembang setiap tahunnya. Minum kopi adalah suatu kebiasaan masyarakat Indonesia yang telah ada semenjak zaman dahulu. Hal ini dikarenakan Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi yang ada di dunia. Daerah penghasil kopi di Indonesia juga tidak sedikit, Aceh, Jawa Barat, dan Lampung adalah beberapa contoh daerah penghasil kopi di Indonesia.

Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia, 2016-2020
Coffee Production by Province in Indonesia, 2016-2020

No.	Provinsi/Province	(Ton)					Pertumbuhan/ Growth 2018 over 2017 (%)
		2016	2017	2018	2019*)	2020*)	
1	Aceh	65.231	68.493	70.774	71.182	71.735	3,33
2	Sumatera Utara	65.926	67.544	71.023	72.343	72.922	5,15
3	Sumatera Barat	22.771	17.553	18.452	17.823	18.037	5,12
4	Riau	2.782	2.857	3.029	3.032	3.083	6,03
5	Kepulauan Riau	-	-	-	0	0	0,00
6	Jambi	13.395	14.395	15.461	16.588	16.864	7,41
7	Sumatera Selatan	120.904	184.166	193.507	196.016	199.324	5,07
8	Kepulauan Bangka Belitung	3	4	9	12	12	133,35
9	Bengkulu	56.968	58.971	60.346	58.528	59.518	2,33
10	Lampung	115.524	107.219	110.597	110.291	110.291	3,15
11	DKI Jakarta	-	-	-	-	-	0,00
12	Jawa Barat	17.684	16.904	21.119	20.060	22.291	24,94
13	Banten	1.770	2.609	2.564	2.567	2.610	-1,72
14	Jawa Tengah	18.911	17.196	23.686	24.063	24.456	37,74
15	DI. Yogyakarta	465	417	483	479	487	15,78
16	Jawa Timur	63.568	64.711	64.529	66.681	68.769	-0,28
17	Bali	17.165	13.570	15.243	15.306	15.606	12,33
18	Nusa Tenggara Barat	4.641	4.865	5.058	6.586	6.691	3,97
19	Nusa Tenggara Timur	22.335	21.468	23.737	23.791	24.122	10,57
20	Kalimantan Barat	3.736	3.688	3.617	3.614	3.675	-1,92
21	Kalimantan Tengah	472	410	397	382	376	-3,26
22	Kalimantan Selatan	1.929	1.569	1.517	1.353	1.377	-3,31
23	Kalimantan Timur	392	325	297	267	250	-8,52
24	Kalimantan Utara	276	213	173	238	242	-18,84
25	Sulawesi Utara	3.291	3.478	3.892	3.681	3.743	11,90
26	Gorontalo	182	200	165	159	162	-17,55
27	Sulawesi Tengah	2.927	2.688	2.817	2.888	2.949	4,80
28	Sulawesi Selatan	31.901	33.486	34.716	33.394	34.059	3,67
29	Sulawesi Barat	3.152	3.308	3.198	3.744	3.791	-3,31
30	Sulawesi Tenggara	2.677	2.668	2.492	2.702	2.748	-6,60
31	Maluku	411	397	400	400	406	0,70
32	Maluku Utara	83	88	10	8	8	-88,64
33	Papua	2.271	2.503	2.742	2.785	2.805	9,55
34	Papua Barat	128	1	1	1	1	-50,00
	Indonesia	663.871	717.962	756.051	760.963	773.409	5,31

Gambar 1. Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia 2016 – 2020

Selain daerah penghasil kopi yang banyak, masyarakat Indonesia yang mengonsumsi kopi juga sangat banyak. Dari mulai anak – anak, remaja hingga orang dewasa, dan dari berbagai macam kalangan juga meminum kopi.



Datadata.co.id

databoks

Gambar 2. Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019

Gambar diatas menunjukkan grafik peningkatan konsumsi kopi domestik di Indonesia pada tahun 2014 – 2019. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sangat suka mengkonsumsi kopi setiap harinya.

Sebagai salah satu usaha yang menjual beberapa jenis minuman baik kopi maupun non kopi siap minum dan beberapa menu tersedia lainnya, Kedai Om Boed ingin memberikan kepuasan untuk para pelanggan akan produk yang ditawarkan serta tempat yang disediakan untuk menikmati kopi tersebut. Saat ini Kedai Om Boed mendirikan usaha pertamanya pada tahun 2019 di Kota Jakarta Utara. Dalam pengembangan usahanya, Kedai Om Boed akan memperluas usahanya dengan pendirian cabang baru di Kabupaten Bandung tepatnya di wilayah sekitaran Universitas Telkom. Alasan pemilik usaha ingin membuka cabang di wilayah kampus dikarenakan owner kedai memiliki keinginan untuk menambah omzet dan memperluas target yaitu mahasiswa Universitas Telkom, dikarenakan sector mahasiswa memiliki minat yang cukup tinggi terhadap kopi.

2. Landasan Teori

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kajian mendalam tentang usaha atau usaha yang akan dilakukan guna menentukan layak tidaknya suatu usaha [1].

2.2 Aspek Studi Kelayakan Bisnis

2.2.1 Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan upaya untuk menentukan besarnya permintaan pasar yang akan datang dari masyarakat, serta menempatkan posisi yang menguntungkan bagi pelaksanaan proyek [2].

2.2.2 Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis terkait dengan operasi dan semua konten di bidang teknis. Perlu menganalisis pemilihan dan desain produk, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan proses dan fasilitas produksi dari perspektif teknis [3].

2.2.2.1 Proses Bisnis

Aktivitas yang diukur dan disusun untuk menghasilkan keluaran tertentu bagi pelanggan tertentu [4].

2.2.2.2 Perencanaan Produksi

Perencanaan apa dan berapa produk yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan di masa yang akan datang.

2.2.3 Aspek Finansial

Membuat rencana investasi dengan menghitung biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dari waktu ke waktu, dan menilai apakah proyek akan terus berkembang [3].

2.2.3.1 Payback Period

Teknologi yang menggunakan arus kas masuk yang dihasilkan oleh proyek untuk mengevaluasi waktu (jangka waktu) yang diperlukan untuk investasi awal proyek.

2.2.3.2 Net Present Value

Metode untuk menghitung selisih antara nilai sekarang investasi (pengeluaran modal) dan nilai sekarang dari pendapatan kas bersih (nilai sekarang pendapatan) dari arus kas operasi dan terminal arus kas masa depan (selama masa investasi) [5].

2.2.3.3. Internal Rate of Return

Tingkat discount, yang sama dengan nilai sekarang dari arus kas bersih dan nilai sekarang dari investasi.

2.2.4 Analisis Sensitivitas

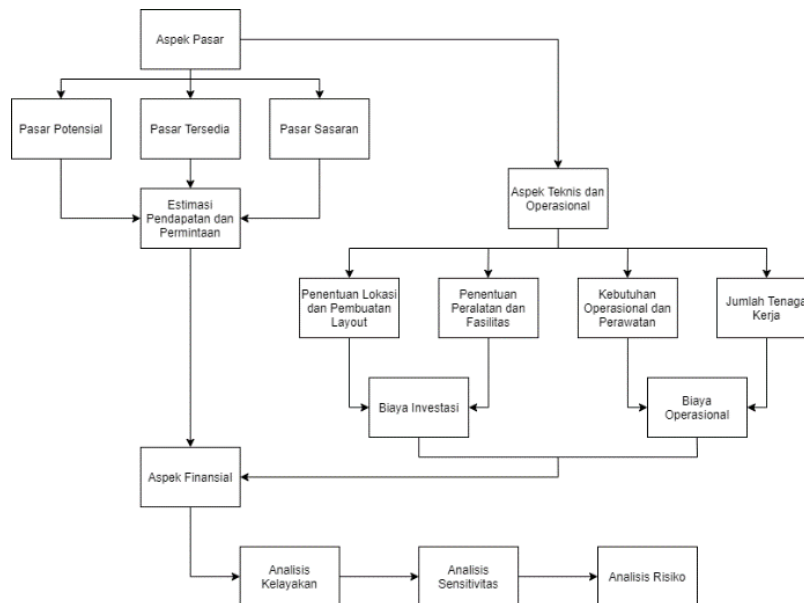
Analisis sensitivitas dilakukan dengan mencari beberapa alternatif nilai komponen cost and benefit yang masih memenuhi kriteria kelayakan investasi minimum atau nilai NPV maksimum nol, nilai IRR sama dengan suku bunga, dan Net B / C Ratio sama dengan satu [6].

2.2.5 Analisis Risiko

Risiko adalah ketidakstabilan dari apa yang dapat terjadi secara alami atau kemungkinan kejadian tak terduga yang mengancam keuntungan properti dan finansial sebagai akibat dari cedera yang telah terjadi [7].

2.3 Model Konseptual

Model konseptual adalah rancangan dari metodologi penelitian terstruktur dan saling terkait. Model konseptual dibangun atas dasar teori yang ditujukan untuk merumuskan solusi dari permasalahan yang ada. Berikut adalah model konseptual yang digunakan:



Gambar 3. Model Konseptual

2.7 Sistematika Pemecahan Masalah

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap identifikasi awal akan dilakukan identifikasi masalah, perumusan masalah, penentuan tujuan penelitian, penentuan batasan masalah, dan kemudian membuat model konseptual untuk mendukung proses penelitian. Tujuan dilakukan identifikasi awal adalah untuk melakukan penelitian agar dapat dilakukan sesuai dengan lingkup yang seharusnya.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi atau data terkait yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, dibutuhkan pengumpulan data yang nantinya akan diolah menjadi informasi baru.

3. Tahap Pengolahan Data

Data yang diolah merupakan data dari aspek pasar, aspek teknis dan operasional, dan data finansial berupa hasil survey, data hasil kuesioner, dan informasi hasil wawancara. Hasil dari pengolahan data akan menghasilkan informasi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

4. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data, seluruh data yang sudah melewati tahap pengolahan data akan dianalisis, sehingga karakteristik dan sifat-sifat data mudah dipahami dan bermanfaat dalam menjawab permasalahan mengenai kelayakan bisnis.

5. Tahap Kesimpulan dan Saran

Tahap kesimpulan dan saran merupakan tahapan terakhir yang berisikan apakah usaha coffee shop Kedai Om Boed layak atau tidak dalam menjalankan usahanya ditinjau dari beberapa aspek yang telah di tentukan sebelumnya.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Aspek Pasar

Aspek pasar meliputi 4 hal yaitu karakteristik pasar, pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang terbagi dari 7 Fakultas Mahasiswa Universitas Telkom dengan rentang usia 17 – 22 tahun.

a. Pasar Potensial

Didapatkan dari penyebaran kuesioner terkait keminatan dalam membeli produk yang ditawarkan yaitu sebesar 88,5% atau sebanyak 22.637 konsumen dan didapatkan sebanyak 724.384 produk yang terjual per tahun.

b. Pasar Tersedia

Didapatkan dari penyebaran kuesioner terkait ketersediaan terhadap produk yang ditawarkan yaitu sebesar 89% atau sebanyak 644.702 produk per tahun.

c. Pasar Sasaran

Pasar sasaran merupakan salah satu bagian dari pasar tersedia yang akan menjadi target pasar suatu usaha. Berdasarkan pertimbangan dari pemilik usaha dengan beberapa kompetitor dan kemampuan Kedai Om Boed dalam memenuhi permintaan ini, maka pemilik usaha membidik pasar sebesar 0,8% dari pasar tersedia.

3.2 Analisis Aspek Teknis dan Operasional

Pada aspek teknis, data yang didokumentasikan dan diolah merupakan data yang didapat dari hasil observasi, wawancara, serta perhitungan dilakukan berdasarkan demand dari Kedai Om Boed. Bagian yang termasuk ke dalam aspek teknis diantaranya proses produksi, tenaga kerja, *layout* usaha, lokasi usaha, dan peralatan operasional yang dibutuhkan. Hasil dari pengolahan aspek teknis berupa kebutuhan dana yang dikeluarkan. Kebutuhan dana berasal dari total biaya investasi tetap sebesar Rp 11.243.832 dan modal kerja sebesar Rp 53.234.808. Sehingga total biaya yang harus dikeluarkan yaitu sebesar Rp 64.478.640.

Kebutuhan Dana	
Total Biaya Usaha	Total
Total Biaya Investasi	Rp 11.243.832
Modal Kerja (Perkiraan Biaya Selama 4 Bulan)	Rp 53.234.808
TOTAL	Rp 64.478.640

Gambar 4. Total Kebutuhan Dana

3.3 Analisis Aspek Finansial

Pada aspek finansial, mencakup biaya pemasukkan dan pengeluaran Kedai Om Boed selama 5 tahun yang akan datang. Seluruh biaya pemasukkan dan pengeluaran akan di hitung pada laporan laba rugi, aliran kas, dan neraca. Hasil dari perhitungan tersebut merupakan penentuan kelayakan usaha cabang baru Kedai Om Boed di Kabupaten Bandung. Kelayakan usaha ditentukan berdasarkan perhitungan NPV, IRR, dan PBP.

MARR	4,28%
NPV	Rp 20.740.592
Payback Period	4,6
IRR	12%

Gambar 5. Analisis Kelayakan

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan MARR sebesar 4,28%, didapatkan nilai NPV sebesar Rp 20.740.592, IRR sebesar 12% dan PBP sebesar 4,6 tahun.

3.4 Analisis Sensitivitas

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis sensitivitas terhadap peningkatan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead, dan analisis sensitivitas terhadap penurunan demand dan

harga jual. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, perubahan yang paling berpengaruh terhadap nilai NPV, IRR, dan PBP yaitu peningkatan biaya overhead sebesar 0,2%.

3.5 Analisis Risiko

Risiko yang mungkin akan terjadi pada penelitian ini yaitu risiko pasar berupa munculnya pesaing baru yang akan mengambil pasar dari Kedai Om Boed, risiko teknis dan operasional berupa terjadinya kerusakan pada peralatan operasional atau mesin kopi, risiko finansial berupa meningkatnya biaya bahan baku dan adanya inflasi. Dengan total tingkat risiko sebesar 4,31%, akan ditambahkan dengan MARR sebelum risiko yaitu sebesar 4,28% sehingga total MARR menjadi 8,59%. Diperoleh nilai NPV sebesar Rp 7.721.442, PBP selama 4,8 tahun, IRR sebesar 12%, maka investasi perusahaan dikatakan layak.

4. Kesimpulan

Pada penelitian pembukaan cabang baru Kedai Om Boed di Kabupaten Bandung, menghasilkan kesimpulan berupa penilaian kelayakan investasi. Hasil kelayakan investasi ini berupa nilai NPV > 0, nilai IRR > MARR, dan hasil PBP kurang dari periode implementasi usaha. Dengan total kebutuhan dana sebesar Rp 64.478.640, nilai NPV sebesar Rp 7.721.442, nilai IRR sebesar 12%, dan PBP selama 4,6 tahun.

REFERENSI

- [1] Kasmir, & Jakfar. (2003). STUDI BISNIS KELAYAKAN: Edisi Revisi. KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- [2] Sobana, D. H. (2018). STUDI KELAYAKAN BISNIS. CV PUSTAKA SETIA.
- [3] Umar, H. (2005). Studi Kelayakan Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Davenport, T. H. (1993). Process Innovation: Reengineering work through information technology. Harvard Business School Press.
- [5] Syamsuddin, L. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada.
- [6] Gittinger, J. P. (1986). Analisa Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- [7] Labombang, M. (2011). Manajemen Risiko Dalam Proyek Konstruksi.