

Analisis Kelayakan Pembukaan Bisnis Usaha Kuliner Mas Ayam di Bintaro

Feasibility Analysis Of Opening Mas Ayam Business in Bintaro

1st Maulana Yusuf Chuzairi
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
yusufnana@student.telkomuniversit
y.ac.id

2nd Rosad Ma'ali El Hadi
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
rosadm@telkomuniversity.ac.id

3rd Tiara Veria Yastica
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
tiaraverlita@telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Konsumsi daging ayam selalu jauh lebih unggul dibandingkan dengan konsumsi daging sapi. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengonsumsi daging ayam. Melihat kondisi tersebut terciptalah Mas Ayam. Mas Ayam merupakan bisnis yang menjual produk ayam goreng kremes yang disajikan dengan sambal, sayuran serta gorengan. Mas Ayam didirikan di Bintaro, kios tersebut memiliki ukuran Panjang 4,5 Meter dengan lebar 3 Meter, karena kondisi kios yang kecil, tidak memungkinkan untuk Dine In, sehingga dilakukan sistem take away service dan delivery. Pada penelitian ini meneliti aspek pasar, teknis, dan finansial. Hasil untuk pasar potensial 96%, pasar tersedia 97%, dan pasar sasaran 1,5%. Pada aspek teknis mengidentifikasi bahan baku, peralatan operasional, dan tenaga kerja langsung. Aspek finansial mengidentifikasi data estimasi biaya berupa biaya investasi, biaya operasional, estimasi pendapatan, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, serta neraca. Setelah perhitungan pada aspek finansial, selanjutnya memperhitungkan analisis sensitivitas. Hasil perhitungan didapatkan yakni MARR 10%, Net Present Value (NPV) Rp. 24.243.371, Internal Rate of Return (IRR) 23%, dan Payback Period (PBP) 2,93 tahun. Dikarenakan NPV>0, nilai IRR>MARR, dan PBP tidak lebih besar dibanding dari masa proyeksi keuangan, maka artinya pembukaan kios Mas Ayam layak untuk dilakukan.

Kata Kunci—*mas ayam, analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP*

Abstract—*Consumption of chicken meat is always far superior to consumption of beef. This shows that Indonesian people consume chicken meat more often. Seeing these conditions, Mas Ayam was created. Mas Ayam is a business that sells creamy*

fried chicken products served with chili sauce, vegetables and fried foods. Mas Ayam was established in Bintaro, the size of kiosk 4.5 x 3 meters, due to the condition, it is not possible to dine in, so a take away service and delivery system is carried out. This research examines market, technical, and financial aspects. The yield for the potential market is 96%, the available market is 97%, and the target market is 1.5%. In the technical aspect, identify raw materials, operational equipment, and direct labor. The financial aspect identifies cost estimation data in the form of investment costs, operational costs, income estimates, cash flow projections, and balance sheets. The calculation results obtained are MARR 10%, Net Present Value (NPV) Rp. 24,243,371, Internal Rate of Return (IRR) 23%, and Payback Period (PBP) 2.93 years. Due to NPV>0, IRR>MARR, and PBP is not greater than the financial projection period, the opening of a Mas Ayam stall is feasible.

Keywords—*mas ayam, feasibility analysis, NPV, IRR, PBP*

I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap makhluk hidup mempunyai kebutuhan untuk bertahan hidup, khususnya manusia. Kebutuhan untuk bertahan hidup manusia salah satunya adalah makan. Jika tidak terpenuhi maka mustahil akan bisa bertahan hidup. Terdapat berbagai macam jenis makanan yang bisa dikonsumsi dari mulai daging, buah-buahan, sayuran, dan lain lain. Daging hewan khususnya daging sapi dan daging ayam adalah bahan pangan yang paling banyak dikonsumsi banyak orang Indonesia seperti pada Tabel 1.1.

TABEL 1.1

(Konsumsi Daging Sapi dan Daging Ayam Di Indonesia(kg/kapita/tahun))

Tahun	Daging Sapi	Daging Ayam
2017	2,361	5,67
2018	2,500	5,55
2019	2,560	5,80
2020	2,680	6,03

Sumber: Pusdatin

Berdasarkan Tabel 1.1, menurut Pusat Data dan Informasi (Pusdatin) yang dikutip dari *website* Poultry Indonesia, konsumsi daging sapi mengalami kenaikan setiap tahun. walaupun konsumsi daging ayam mengalami sedikit penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2018,

konsumsi daging ayam selalu jauh lebih unggul dibandingkan dengan konsumsi daging sapi. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengonsumsi daging ayam untuk makanan sehari-hari. Lihat Tabel I.2

TABEL I.2
(Konsumsi Daging Sapi dan Daging Ayam Di Indonesia (kg/kapita/Bulan Maret))

Tahun	Daging Sapi	Daging Ayam
2017	0,037	0,530
2018	0,038	0,516
2019	0,040	0,532
2020	0,039	0,557
2021	0,038	0,538

Sumber: Badan Pusat Statistik

Menurut Badan Pusat Statistik yang dikutip dari situs Databoks. Konsumsi daging Sapi dari bulan Maret 2017 mengalami kenaikan hingga tahun 2019. Pada tahun 2020 mengalami sedikit penurunan, tahun 2021 kembali mengalami penurunan hingga setara dengan tahun 2018. Konsumsi daging Ayam juga tidak selalu mengalami kenaikan, meskipun begitu konsumsi daging Ayam tetap jauh lebih unggul dibandingkan konsumsi daging Sapi. Penurunan konsumsi salah satunya disebabkan karena kenaikan harga serta dampak pandemi Covid 19 pada tahun 2020 dan masih berlangsung pada tahun 2021 yang mengakibatkan turunnya daya beli oleh sebagian kalangan masyarakat.

Berdasarkan pemaparan data pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2, dapat ditarik kesimpulan bahwa di Indonesia, konsumsi daging ayam jauh lebih banyak dibandingkan dengan daging sapi. Hal ini menandakan bahwa orang Indonesia lebih menyukai daging ayam. Dengan melihat kondisi tersebut, banyak yang melihat peluang dan menjadikan bisnis makanan sebagai suatu ide bisnis yang menjanjikan untuk saat ini. Perkembangan teknologi sangat berdampak pada perkembangan bisnis kuliner. Di Indonesia banyak bisnis kuliner yang menyediakan ayam sebagai salah satu menu, bahkan tempat makan dengan merek ternama pun juga turut menyediakan ayam sebagai bagian dari menu mereka. Maka dari alasan itulah pemilik Mas Ayam tertarik untuk membuat bisnis kuliner ayam yang dinamakan Mas Ayam. Mas Ayam berlokasi di Bintaro, Tangerang Selatan, Tepatnya di salah satu kios berlokasi di jalan

Sulawesi Raya. Villa Bintaro Indah Blok E 6 No.5

Dikarenakan banyaknya produk sejenis dengan harga yang setara namun dengan ukuran ayam yang biasa, maka Mas Ayam mengincar konsumen yang menginginkan produk dengan keunggulan *value for money* dengan menjual ayam dengan harga yang terjangkau serta dikemas dengan *packaging* yang rapih. Mas Ayam menyajikan menu ayam goreng kremes, yang membedakan Mas Ayam dengan Ayam goreng kremes lainnya yakni Mas Ayam menyajikan ayam dengan ukuran relatif lebih besar dibanding tempat yang menjual ayam pada umumnya. Selain itu Mas Ayam juga menyajikan pilihan sambal serta menjual gorengan dan sayur asem. Setiap penjualan membutuhkan pelayanan terhadap konsumen, namun Mas Ayam belum memiliki pekerja untuk mendukung pelayanan tersebut, kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena pelayanan itu sendiri dapat memberikan nilai tambah untuk para konsumen. Dengan demikian kualitas layanan yang Mas Ayam berikan harus maksimal.

Mas Ayam memiliki konsep pembelian yang dilakukan menggunakan sistem *Take away* dan *delivery*, dikarenakan melihat kondisi kios yang kecil sehingga tidak memungkinkan untuk *Dine In* sehingga untuk proses *delivery* perlu dilakukan kerjasama dengan pihak ojek online. Sebelum Mas Ayam beroperasi, perlu dilakukan analisis kelayakan guna mengetahui layak atau tidaknya usaha ini. Hasil dari analisis tersebut yang kemudian akan menjadi gambaran mengenai prospek Mas Ayam pada masa mendatang.

II KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan Bisnis

Sedangkan menurut Ibrahim (2003) dalam Andini (2013), mendefinisikan studi kelayakan bisnis sebagai suatu kegiatan yang menilai dapat berjalan atau tidaknya bisnis. Dengan melihat sebesar apa manfaat yang didapatkan dari kegiatan bisnis tersebut. Jika suatu bisnis dapat memberikan manfaat ekonomis dapat dikatakan bisnis tersebut layak atau berhasil (Andini, 2013).

B. Aspek-aspek studi kelayakan bisnis

1. Aspek Pasar

- a. Pasar Potensial merupakan sejumlah konsumen, baik itu organisasi, perusahaan maupun individu dalam suatu pasar tertentu yang memiliki minat terhadap suatu produk tertentu;
- b. Pasar Tersedia merupakan kumpulan konsumen yang mempunyai minat, penghasilan dan akses penawaran pasar tertentu;
- c. Pasar Sasaran merupakan bagian dari pasar yang akan dimasuki oleh bisnis yang akan dijalankan, dimana juga ditentukan berdasarkan kondisi persaingan dan kemampuan perusahaan.

2. Aspek Teknis

Dalam aspek ini terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan diantaranya penentuan lokasi, luas lantai produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi (Kasmir dan Jakfar, 2012).

3. Aspek Finansial

Menurut Suliyanto (2010) dalam Nazhara dan Candra (2016), salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menentukan kelayakan bisnis ini adalah aspek finansial. Tujuan dilakukannya analisis kelayakan pada aspek finansial adalah untuk mengatur rencana investasi pada bisnis termasuk juga perhitungan biaya modal dengan cara melakukan perbandingan terhadap expense dan income, ketersediaan dana, kemampuan suatu usaha untuk mengembalikan dana yang dipinjam dalam jangka waktu tertentu serta melihat perkembangan bisnis apakah dapat bertahan atau tidak (Umar, 2005).

C. Metode Penilaian Investasi

1. Net Present Value (NPV)

Menurut Jumingan (2009) dalam Abidatul, Muhammad dan Dwiatmanto (2015), menyebutkan bahwa NPV adalah kelebihan Present Value (PV) dari cash inflow yang dihasilkan oleh suatu proyek atas sejumlah investasi awal

2. Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah metode yang melakukan perhitungan terhadap tingkat bunga atau discount rate yang menyamakan nilai sekarang (present value) yang berasal dari aliran kas keluar serta aliran kas yang masuk.

3. Payback Period

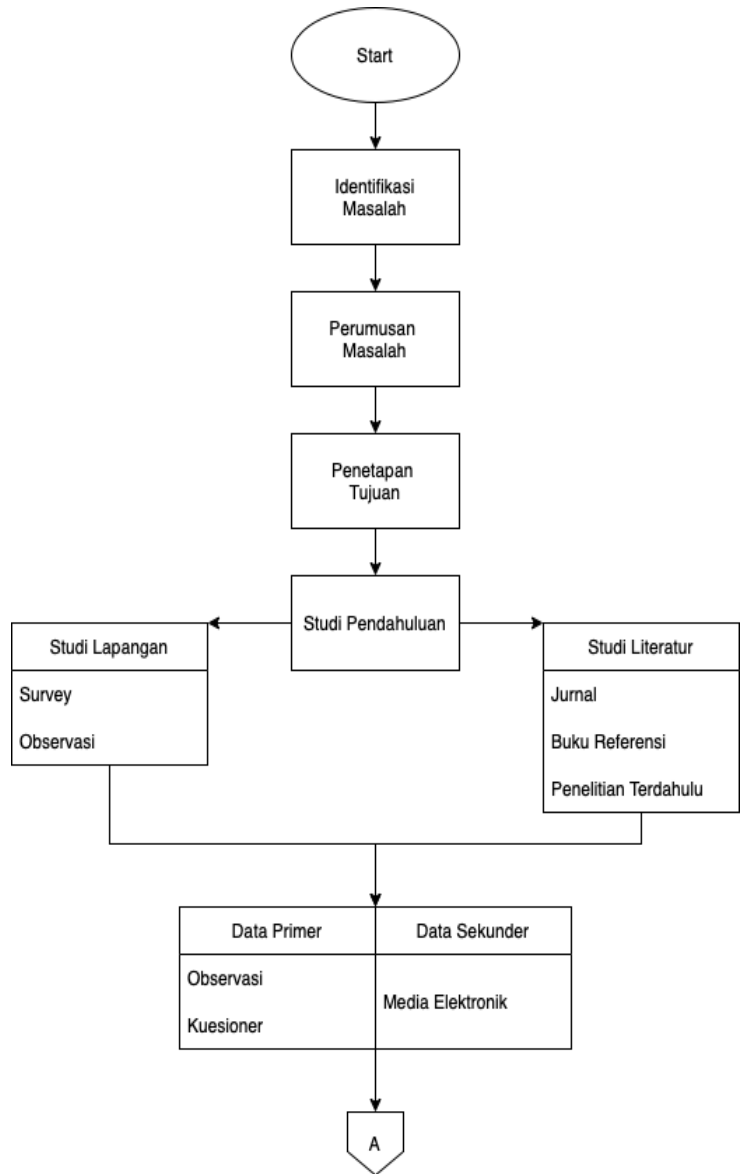
Metode PBP adalah suatu teknik penilaian untuk jangka waktu atau periode tertentu untuk pengembalian investasi suatu bisnis. Menurut suliyanto (2010),

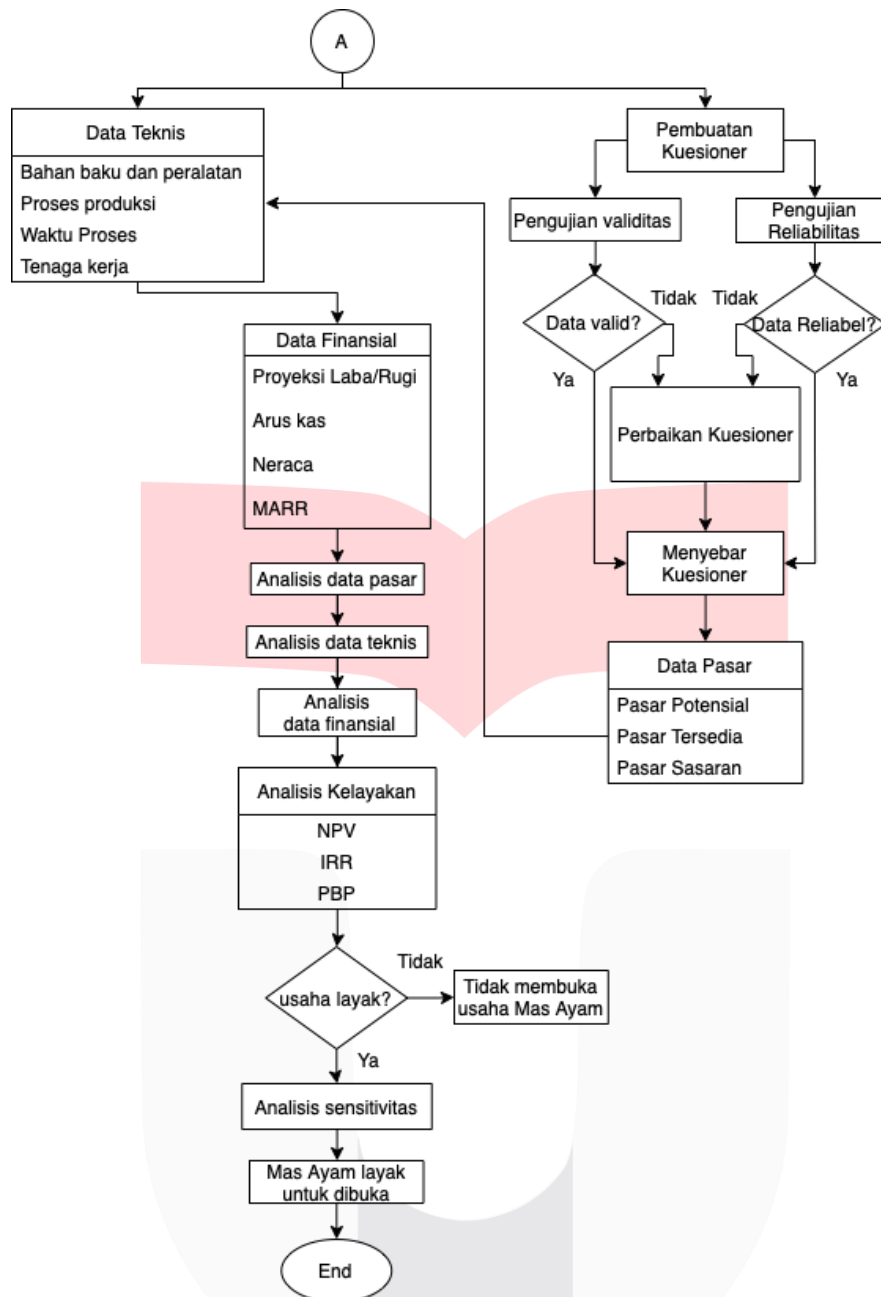
D. Analisis Sensitivitas

Analisis ini menganggap bahwa hanya terdapat satu variabel atau parameter saja yang berubah sedangkan yang lainnya dianggap relatif tetap. Analisis ini dilakukan guna mengetahui dampak dari parameter investasi yang sudah ditetapkan sebelumnya dapat berubah karena disebabkan faktor ataupun kondisi tertentu selama umur investasi tersebut, yang menyebabkan perubahan tersebut hasilnya menjadi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan yang diambil.

III METODE

Sistematika perancangan merupakan penjabaran tahapan yang dilakukan dalam pengerjaan penelitian tugas akhir ini seperti yang tertera pada Gambar 3.1





GAMBAR 3.1 (sistematika perancangan)

Gambar 3.1 menunjukkan bahwa Mas Ayam adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner. Mas Ayam memiliki kios di Bintaro, Tangerang Selatan. Sebelum melakukan penelitian, Mas Ayam membutuhkan data dan informasi yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi langsung ke kios Mas Ayam, sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber resmi seperti buku, maupun jurnal penelitian terdahulu melalui media internet. Analisis kelayakan yang diteliti yaitu aspek pasar, teknis, dan finansial.

Mas Ayam melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden.. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Kuesioner dibagikan secara daring dalam bentuk *google form* yang disebar melalui platform media sosial *Instagram*. Setelah itu hasil dari kuesioner yang sudah diisi kemudian dilanjutkan untuk dilakukan proses pengolahan data aspek pasar yang terdiri dari pasar potensial, tersedia, dan sasaran. Selanjutnya data aspek teknis dikumpulkan dengan cara melakukan observasi secara langsung ke kios Mas Ayam. Pada aspek teknis yang dibutuhkan terdiri dari biaya operasional, seperti peralatan, bahan baku yang dibutuhkan. Peralatan tersebut meliputi

mesin, fasilitas, serta kebutuhan untuk gaji pegawai. Setelah dilakukan penelitian aspek teknis selanjutnya penelitian terhadap aspek finansial yang membutuhkan data *cashflow* yang didapat dari proyeksi laba rugi, dimana proyeksi laba rugi didapatkan dari total pendapatan, biaya langsung, total biaya *overhead*, dan operasional. Data *cashflow* tersebut perhitungan penilaian investasi dengan kriteria *Net Present Value* (NPV), *Internal rate Of Return* (IRR), serta *Payback Period*. Setelah seluruh aspek dianalisis, selanjutnya melakukan pengambilan keputusan yang berdasar pada hasil analisis finansial yang telah dilakukan. Selain mengambil keputusan juga dilakukan. Analisis ini dilakukan guna mengetahui kesiapan dari ketidakpastian kondisi yang kemungkinan bisa terjadi sehingga dapat mempengaruhi laba seperti kenaikan bahan baku maupun kenaikan biaya tenaga kerja. Parameter perhitungan interpolasi tersebut berdasarkan variable NPV, IRR, serta PBP

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Pasar

1. Pasar Potensial

Pasar potensial Mas Ayam sebanyak 96%. Presentase jumlah minat terhadap produk tersebut dikalikan dengan jumlah penduduk Tangerang Selatan yaitu sebesar 1.354.350 jiwa.

2. Pasar Tersedia

Pasar tersedia Mas Ayam 97%. Presentase jumlah orang yang memiliki minat serta daya beli untuk membeli produk Mas Ayam, yaitu sebesar 1.300.176 jiwa

3. Pasar Sasaran

Pasar sasaran Mas Ayam ditetapkan sebanyak 1,5% dari pasar tersedia. Sehingga jumlah pasar sasaran sebesar 18.918 jiwa

B. Aspek Teknis

Dalam melakukan penentuan pada aspek teknis biasanya meliputi hal yang berhubungan dengan teknis suatu bisnis. Dalam aspek teknis terdiri dari beberapa hal yang akan dibahas misalnya identifikasi produk, model proses bisnis, lokasi bisnis, kapasitas produksi, peralatan operasional yang diperlukan, serta banyaknya tenaga kerja. Hasil dari pengolahan data aspek teknis didapatkan besarnya dana yang dibutuhkan. Kebutuhan dana tersebut dihasilkan dari biaya investasi seperti biaya mesin, fasilitas serta peralatan sebesar Rp. 20.743.985 dan working capital terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya tidak langsung sebesar Rp. 38.031.200 Sehingga total dana yang dibutuhkan sebesar Rp. 58.775.185

C. Aspek Finansial

Pada aspek finansial terdapat penjelasan mengenai proyeksi laporan keuangan, yakni laporan laba rugi, aliran kas, serta neraca Mas Ayam untuk lima tahun. Setelah itu dilakukan penentuan kelayakan usaha dengan menggunakan metode penilaian investasi yakni NPV, IRR dan PBP. Berikut merupakan estimasi pendapatan Mas Ayam untuk lima tahun ke depan.

TABEL 4.1
(Estimasi Pendapatan)

Tahun	Estimasi Pendapatan (Rp)
2022	476.720.640
2023	489.735.113
2024	503.104.882
2025	516.839.645
2026	530.949.368

Setelah estimasi pendapatan diketahui, selanjutnya dilakukan penyusunan terhadap laporan laba rugi. Berikut merupakan table proyeksi laba bersih setelah pajak (*earning after tax*) Mas Ayam untuk lima tahun ke depan dimana mengalami peningkatan setiap tahunnya.

TABEL 4.2
(Laba Bersih Setelah Pajak (*Earning after Tax*))

Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak (<i>Earning after Tax</i>)
2022	Rp. 13.492.614
2023	Rp. 14.876.966
2024	Rp. 16.274.814
2024	Rp. 17.686.527
2025	Rp. 26.398.019

Setelah melakukan perhitungan pada proyeksi laporan laba rugi, proyeksi laporan arus kas, dan proyeksi neraca kemudian akan dilakukan perhitungan terkait kelayakan usaha pembukaan kios Mas Ayam. Dalam menentukan kelayakan dilakukan dengan menghitung Net Present value (NPV), Internal Rate Of Return (IRR), dan Pay Back Period (PBP). Perhitungan NPV dan PBP terdapat pada Lampiran 25. Serta perhitungan IRR dapat dilihat pada Lampiran 26. Kelayakan dengan menggunakan IRR harus dibandingkan dengan MARR yang didapatkan dengan mempertimbangkan suku bunga bank BCA 2021 yaitu 7,25% dan tingkat inflasi tahun 2022 yaitu 2,73% sehingga didapatkan MARR sebesar 10%

D. Analisis Sensitivitas

Dalam penelitian ini, akan terjadi perubahan dalam melakukan analisis sensitivitas adalah peningkatan biaya bahan baku serta peningkatan

biaya tenaga kerja langsung. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis terhadap kedua hal tersebut maka didapatkan nilai sebesar 12% untuk analisis sensitivitas kenaikan biaya bahan baku dan 9% analisis sensitivitas kenaikan biaya tenaga kerja langsung.

V Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian penelitian yang telah dilakukan, maka dapat didapatkan hasil untuk aspek pasar, terdapat pasar sasaran sebanyak 0,8% dari pasar tersedia atau sama dengan 18.918 jiwa. Dalam aspek teknis total nilai investasi yang diperlukan adalah Rp. 58.775.185 nilai tersebut terdiri dari biaya investasi tetap Rp. 20.743.985 dan biaya modal kerja (working capital) sebesar Rp. 38.031.200. Berdasarkan perhitungan aspek finansial didapatkan hasil NPV sebesar Rp. 24.243.371 , nilai IRR sebesar 23%, serta Payback Periode 2,93 tahun. Serta analisis sensitivitas diperhitungkan untuk dua hal, yakni kenaikan biaya bahan baku dengan nilai sensitivitas sebesar 12% serta kenaikan biaya tenaga kerja langsung dengan nilai sensitivitas sebesar 9%.

REFERENSI

- [1] Abidatul, D., (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry Studi Kasus pada Home Industry. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 23.
- [2] Suliyanto, (2010). Studi Kelauakan Bisnis, Yogyakarta; ANDI
- [3] Kasmir & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Cet. Ke 8, Januari 20012). Jakarta; Kencana)
- [4] Andini, D.P., (2013). Studi Kelayakan Usaha Waralaba “Pangestu” di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, Volume 13.