

ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN TOKO BARU UNTUK PENJUALAN DAN PERBAIKAN *SOUND SYSTEM* DI KOTA BEKASI

Bayu Wardana Putra¹, Endang Chumaidiyah², Budi Praptono³

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

¹bayuardana.93@gmail.com ²endangchumaidiyah@yahoo.co.id ³budipraptono35@gmail.com

Abstrak

Toko Bening Audio yang bergerak dibidang sistem tata suara atau sound system menawarkan barang dan jasa sebagai produk bisnis. Barang yang dijual meliputi keseluruhan sistem tata suara dari yang paling dasar sampai pendukungnya, juga dari barang khusus indoor hingga barang khusus outdoor. Jasa yang ditawarkan adalah perbaikan barang-barang sound system yang telah dimiliki oleh pelanggan.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang terdiri dari pengurus mushalla, masjid, sekolah swasta, dan sekolah negeri. Hasil pengolahan kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran Toko Bening Audio. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan pasar potensial untuk penjualan sebesar 55% dan perbaikan sebesar 62%, sedangkan pasar tersedia untuk penjualan sebesar 40% dan perbaikan sebesar 47%. Dari kedua hasil tersebut, perusahaan membidik 8% dari pasar tersedia untuk dijadikan pasar sasaran.

Setelah dilakukan penelitian kepada analisis kelayakan Toko Bening Audio, diperoleh hasil bisnis ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan NPV, bisnis dinyatakan layak karena nilai NPV yang didapat sebesar Rp 48,015,134.43 lebih dari 0. Lalu berdasarkan PBP investasi akan kembali pada periode tahun ke 4 bulan ke 6. Terakhir berdasarkan IRR bisnis ini layak dijalankan karena nilai IRR didapat 18% melebihi MARR yang ditentukan sebesar 9%. Karena hasil ketiga kriteria investasi tersebut menyatakan hasil tersebut, maka bisnis Toko Bening Audio dinyatakan layak dijalankan.

Kata Kunci : Analisis Kelayakan, IRR, NPV, PBP Toko Bening Audio

Abstract

Toko Bening Audio which engaged in the field of sound system offers goods and service as a business product. Goods that on sale cover a whole sound system from the basic components to the supporting components, also indoor specialty item to outdoor specialty item. Service which being offered is repairing the goods of sound system that the customers already had.

In this research, market aspect obtained by spreading questionnaire to 100 respondents that consists of caretaker of mushalla, caretaker of mosque, administrator of private school, and administrator of public school. Results of processed questionnaire is used to know how many potential market, available market, and targeted market for Toko Bening Audio. The results of questionnaire shows potential market for selling is 55% and for repairing is 62%, while available market for selling is 40% and for repairing is 47%. From both results, the company aim for 8% from available market to be the targeted market.

After doing a research on feasibility analysis of Toko Bening Audio, a result is obtained that this business is worthy to run. Based on NPV, this business is worthy to run because the results of NPV obtained is Rp 48,015,134.43 which is more than 0. Then, based on PBP, the investment will be back in the period of 4th year and 6th month. Lastly, based on IRR, this business is worthy to run because the value of IRR obtained is 18% which is more than MARR that is determined to be 9%. Because of those three results in investment criteria, therefore business of Toko Bening Audio is stated to be worthy to run.

Keywords : Feasibility Analysis, IRR, NPV, PBP, Toko Bening Audio

1. Pendahuluan

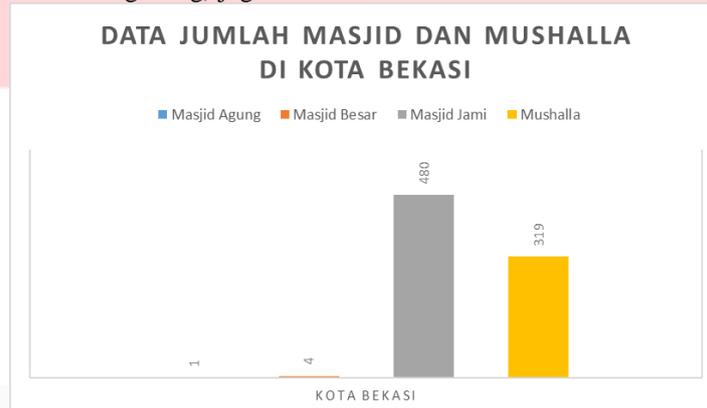
Tata suara adalah suatu teknik pengaturan peralatan suara atau bunyi pada suatu acara pertunjukan, pertemuan, rekaman dan lain-lain. Sistem tata suara live adalah sebuah sistem tata suara pertunjukan langsung. Artinya kita take sound, mengedit dan menghasilkan sound output pada saat yang sama. Oleh karena itu peralatan pada sistem tata suara live lebih banyak daripada saat recording. Karena pada sistem recording kita dapat melakukan take sound dan editing secara terpisah. Hal sangat penting yang harus kita pahami pada sistem ini adalah arah aliran sinyal atau signal flow. [1]

Toko Bening Audio yang bergerak dibidang sistem tata suara atau sound system menawarkan barang dan jasa sebagai produk bisnis. Barang yang dijual meliputi keseluruhan sistem tata suara dari yang paling dasar sampai pendukungnya, juga dari barang khusus indoor hingga barang khusus outdoor. Jasa yang ditawarkan adalah

perbaikan barang-barang sound system yang telah dimiliki oleh pelanggan. Ditambah lagi, toko Bening Audio mampu dan menerima pekerjaan proyek-proyek skala kecil sampai sedang yang berhubungan dengan pengadaan barang atau pemasangan sound system.

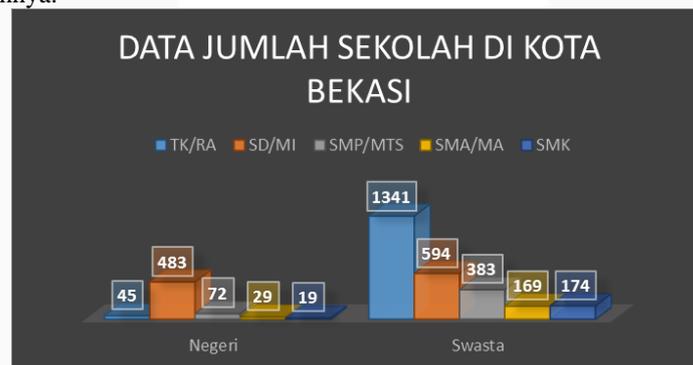
Toko Bening Audio sebenarnya sudah beberapa kali menjual produk barang dan melakukan pemasangan, namun secara resmi toko ini belumlah berjalan. Penjualan dan pemasangan tersebut dilakukan hanya sebatas untuk melakukan percobaan penjualan saja dan dilakukan kepada kenalan dari pemilik toko. Untuk menjalankan usaha ini, penulis sekaligus pemilik toko merasa perlu diadakannya berbagai persiapan termasuk persiapan analisis penelitian ini.

Persiapan awal yang dirasa perlu adalah menentukan pasar sasaran yang akan dituju atau kepada siapakah produk dari toko Bening Audio ini akan dijual. Dikarenakan sound system lebih dipakai kepada bangunan milik organisasi yang mempunyai kegiatan dan masukan dari beberapa pekerja dibidang yang sama, maka pasar sasaran yang akan dituju adalah merupakan bangunan-bangunan fasilitas umum seperti masjid dan mushalla yang memiliki bangunan sendiri (bukan didalam gedung) juga sekolah-sekolah.



Gambar I.1 Data jumlah masjid dan mushalla di Kota Bekasi[2]

Berdasarkan Gambar I.1, dapat dibilang bahwa Bekasi merupakan pasar yang cukup besar untuk target bangunan masjid. Di Indonesia sebenarnya ada banyak jenis masjid yaitu masjid negara, masjid raya, masjid agung, masjid jami, masjid bersejarah, masjid ditempat publik, masjid nasional, dan terakhir adalah mushalla. Di Kota Bekasi, jenis terbanyak adalah masjid jami karena memang jenis masjid ini adalah masjid perumahan yang sering ditemukan oleh masyarakat. Menyikapi hal ini, toko Bening Audio akan memperbanyak pemasaran pada jenis masjid jami juga mempersiapkan logistik untuk penjualan dan pemasangan pada masjid tersebut. Diikuti juga dengan mushalla sebagai jenis masjid yang juga banyak ditemui di Bekasi. Baik masjid maupun mushalla yang dimaksud dalam data ini adalah masjid dan mushalla yang mempunyai bangunan sendiri dan tidak berada atau menumpang didalam gedung lainnya. Sehingga masjid dan mushalla tersebut akan membutuhkan sound system untuk berbagai kegiatannya.



Gambar I.2 Data jumlah sekolah di Kota Bekasi [3]

Dikatakan oleh [4], bahwa fasilitas sekolah mempengaruhi mutu layanan secara positif dan signifikan. Hasil analisis tersebut dapat diartikan bahwa semakin bagus fasilitas sekolah maka akan meningkatkan mutu layanan sekolah dan berlaku sebaliknya semakin buruk fasilitas sekolah maka akan menurunkan mutu layanan sekolah. Fasilitas yang memadai dalam mendukung siswa untuk belajar dengan semangat akan memunculkan rasa puas dari siswa yang memanfaatkannya.

Sound system merupakan salah satu fasilitas yang biasanya ada didalam sekolah. Baik itu sebagai penguat suara kegiatan ekstrakurikuler, pembelajaran didalam laboratorium bahasa, pemanggil siswa dan guru, pendukung kegiatan belajar mengajar dalam kelas, dan kegiatan lainnya. Walaupun bukan barang utama untuk kegiatan belajar mengajar, namun sound system akan tetap ada disekolah untuk mendukung kegiatan yang ada.

Dari gambar I.2, yaitu data sekolah Kota Bekasi, dapat dilihat bahwa ada sangat banyak sekolah di Bekasi, mulai dari TK, SD, SMP, hingga SMA dan SMK baik kategori negeri maupun swasta. Dari data ini jugalah dapat dikatakan bahwa pasar untuk bidang bangunan sekolah di Bekasi mempunyai peluang yang baik, hal ini karena jumlah yang banyak akan memberi peluang yang besar. Maka dari itu, dengan banyaknya bangunan sekolah di Kota Bekasi, toko Bening Audio tidak perlu takut kehabisan pelanggan dari sektor bangunan sekolah.

Melihat beberapa pertimbangan dari data yang sudah disajikan, toko Bening Audio siap bersaing dengan usaha dengan bidang sejenis di Bekasi. Namun toko Bening Audio tetap membutuhkan analisis terkait dengan kelayakan pembukaan cabang baru di Bekasi. Hal ini didasarkan pada keilmuan yang akan mendukung suksesnya usaha toko Bening Audio. Dengan peluang yang cukup besar seperti data yang sudah disajikan juga analisis yang akan dilakukan, diharap akan mempermudah, memperlancar, dan menyukseskan langkah Toko Bening Audio untuk rencana pembukaan cabang baru ini.

2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Aspek Pasar

Pasar menurut para ahli, yang dikutip dari [5], merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemu antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga.

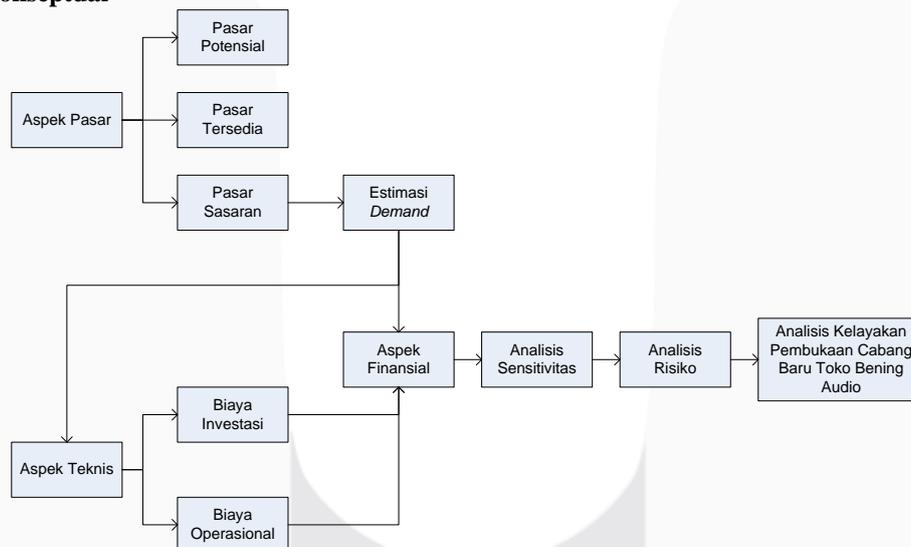
2.1.2 Aspek Teknis

Menurut [6], aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan input (penyediaan) dan output (produk) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun.

2.1.3 Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan proyek bisnis adalah 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 dapat berkembang terus [5].

2.2 Model Konseptual



Gambar 2 Model Konseptual

Dari gambar III.1 dapat dilihat hubungan antara berbagai aspek kelayakan yang akan diteliti yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Ketiga aspek ini digunakan sebagai metode penelitian karena dirasa ketiga aspek inilah yang berperan penting dalam permasalahan yang dikaji. Pada akhirnya nanti ketiga aspek ini akan menghasilkan kesimpulan yang terlebih dahulu akan dianalisis sensitivitasnya dan risikonya sebelum akhirnya akan menentukan kelayakan pembukaan cabang baru Toko Bening Audio.

Analisis aspek pasar bertujuan mengetahui gambaran tentang jumlah calon konsumen dari toko Bening Audio, sehingga dapat digunakan untuk mengestimasi demand yang harus dipenuhi. Analisis aspek pasar merupakan salah satu aspek yang terpenting dikarenakan aspek pasar ini akan menghasilkan estimasi demand yang akan menjadi input kedua aspek lainnya. Aspek pasar ini melalui tiga tahap pengolahan data, dimana diawali dengan pengolahan pasar potensial, lalu pengolahan data pasar tersedia dan akhirnya output dari pengolahan data pasar tersedia adalah pasar sasaran dari investasi yang akan dilakukan. Untuk menentukan besarnya pasar dan potensi pasar yang ada, maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun mengumpulkan data dari berbagai sumber.

Analisis aspek teknis akan menunjukkan semua teknis operasional yang dibutuhkan pada pembukaan cabang baru toko Bening Audio. Aspek teknis ini dipengaruhi oleh spesifikasi teknis meliputi lokasi usaha yang strategis, jumlah pegawai yang dibutuhkan, serta peralatan yang akan digunakan untuk kelangsungan usaha ini. Hasil analisis aspek teknis ini akan menunjukkan kebutuhan investasi dan biaya operasional dari pembukaan cabang baru toko Bening Audio sehingga dapat menjadi pertimbangan pada aspek finansial. Output dari aspek pasar dan aspek teknis menjadi input pada analisis aspek finansial. Analisis aspek ini meliputi analisis kebutuhan dana, estimasi pendapatan, biaya operasional, proyeksi laporan keuangan. Analisis ini akan menggambarkan proyeksi keuntungan usaha serta tingkat pengembalian.

Keputusan yang diambil merupakan hasil dari analisis dari ketiga aspek (pasar, teknis dan finansial. Keputusan tersebut akan diambil sesuai dengan kriteria kelayakan usaha. Kriteria kelayakan usaha dapat dilihat dari nilai NPV, IRR dan PBP yang merupakan output dari aspek keuangan. Aspek tersebut menentukan apakah usaha yang dianalisis layak untuk dijalankan atau tidak. Hasil tersebut menjadi keputusan mengenai pembukaan toko Bening Audio. Selain itu pertimbangan yang lain akan diteliti meliputi analisis sensitivitas dan analisis risiko sebagai pertimbangan perusahaan dalam keputusan investasi yang akan dilakukan.

3. Pembahasan

3.1 Aspek Pasar

a. Pasar Potensial

Pasar potensial Toko Bening Audio diperoleh berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah disebar melalui google docs kepada 100 responden yaitu pengurus mushalla, atau masjid, atau sekolah swasta, atau sekolah negeri. Terdapat sejumlah 55 responden menjawab berminat terhadap penjualan dan 62 responden menjawab berminat terhadap perbaikan. Dapat disimpulkan bahwa pasar potensial dari Toko Bening Audio adalah sejumlah 55% untuk penjualan dan 62% untuk perbaikan dari total 100 responden.

b. Pasar Tersedia

Pasar tersedia dari Toko Bening Audio diperoleh berdasarkan hasil rekapan kuesioner yang telah disebar melalui google docs kepada 100 responden yang dilihat berdasarkan keminatan dan kemampuan beli responden terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.

Dapat disimpulkan bahwa pasar tersedia dari Toko Bening Audio adalah sejumlah 71% untuk penjualan dan 89% untuk perbaikan dari total pasar potensial yang terdiri dari 22 responden yang berminat dan mampu membeli barang dan 29 responden yang berminat dan mampu memesan jasa.

c. Pasar Sasaran

Toko Bening Audio sebagai perusahaan yang baru sehingga merasa tidak mampu untuk menangani sebanyak itu. Setelah dikalkulasikan, Toko Bening Audio merasa hanya mampu menangani 8% dari pasar tersedia. Maka jumlah permintaan yang ditangani oleh Toko Bening Audio juga berdasarkan kemampuan perusahaan. Sehingga didapat *demand* dari setiap produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1 Perhitungan Perkiraan Demand

Tahun	Demand Penjualan		Demand Perbaikan	
	Masjid	Sekolah	Masjid	Sekolah
2018	13	57	22	70
2019	14	61	24	74
2020	15	64	25	79
2021	16	68	27	83
2022	17	73	29	89

3.2 Aspek Teknis

Aspek teknis dari Toko Bening Audio mendefinisikan model proses bisnis, kebutuhan produk, tenaga kerja, waktu kerja, lokasi usaha, *layout* toko, serta sarana dan prasarana.

a. Identifikasi Produk

Toko Bening Audio berfokus pada penjualan sebagai proses bisnis yang utama, untuk mendukung penjualan tersebut, Toko Bening Audio memberikan tambahan pelayanan berbayar yaitu perbaikan. Perbaikan ini ditujukan untuk menarik minat calon pelanggan kepada Toko Bening Audio yang mampu memudahkan pengadaan sound system secara keseluruhan baik dari pembelian hingga ke pemasangan, lalu ke perbaikan jika produk rusak.

b. Model Proses Bisnis

Pada pembahasan model proses bisnis, menguraikan proses bisnis yang terjadi dan stake holder yang terlibat dalam setiap proses yang ada pada Toko Bening Audio. Model proses bisnis menguraikan mengenai bagaimana proses yang terjadi pada saat penjualan dilakukan hingga kesepakatan terjadi dan dilakukan pemasangan. Setelah itu diuraikan mengenai proses yang terjadi saat perbaikan dilakukan dari awal hingga akhir. Dengan adanya model

proses bisnis ini akan mempermudah menganalisis semua hal mulai dari biaya yang terlibat hingga investasi yang harus dilakukan dalam perusahaan.

c. Kebutuhan Produk

Kebutuhan produk untuk penjualan yang diproyeksikan Toko Bening Audio adalah untuk memenuhi permintaan yang telah ditentukan pada aspek pasar sebelumnya, dimana permintaan mengikuti batasan demand. Toko Bening Audio tidak memproduksi sendiri produk yang akan dijual dikarenakan keterbatasan kemampuan perusahaan. Produk ini didapatkan dari produsen utama setiap merek speaker untuk memastikan keaslian dan kualitas produk.

d. Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja disesuaikan dengan demand yang ditetapkan sebelumnya. Dengan asumsi 1 orang dapat mengerjakan 4 demand dalam 1 bulan, maka diperlukan sekitar 4 sampai 5 orang untuk memenuhi demand yang ada.

e. Waktu Kerja

Hari kerja untuk transaksi penjualan dan pemasangan (sama dengan waktu buka toko) adalah hari Senin – Sabtu dengan jam kerja 08.00 – 16.00 namun dapat berubah sesuai dengan kesepakatan transaksi. Sedangkan hari kerja untuk perbaikan adalah hari Senin – Sabtu dengan jam kerja 08.00 – 16.00.

f. Lokasi Usaha

Lokasi berjalannya Toko Bening Audio adalah di Mutiara Gading Timur kavling blok R9 nomor 68, Mustika Jaya, Kota Bekasi. Pemilihan lokasi ini berdasarkan aset yang sudah dimiliki oleh penulis, yaitu sebuah ruko siap pakai. Tanah dan bangunan ruko ini akan disertakan dalam penulisan finansial sebagai sebuah aset pemilik.

g. Layout Toko

Toko ini memiliki lebar 4 meter dengan panjang 9 meter. Terdapat 3 ruangan didalam toko, yaitu ruang tengah, kamar mandi, dan ruang belakang. Ruang tengah dipakai untuk display produk di etalase dan juga kawat gantung didinding toko. Ruang belakang dipakai untuk area menyimpan produk, area teknisi untuk perbaikan produk, dan juga area istirahat pekerja.

h. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada penelitian ini akan menjadi biaya investasi awal Toko Bening Audio. Jumlah sarana dan prasarana diinvestasikan sebelum tahun pertama dimulai dan akan diinvestasikan ulang sebelum tahun kelima dimulai karena umur ekonomis yang hanya selama 4 tahun saja.

3.3 Aspek Finansial

Pada aspek finansial pengumpulan data yang berupa data-data sekunder. Data-data tersebut diolah yang menjadi input dalam pembuatan cash flow dan rugi laba Toko Bening Audio dimana dijadikan sebagai dasar evaluasi dalam penentuan kriteria investasi. Aspek finansial menggunakan output dari aspek pasar yaitu jumlah estimasi demand dan aspek teknis yaitu perhitungan investasi yang akan dilakukan oleh perusahaan. Pengolahan aspek finansial akan berupa kebutuhan dana investasi, estimasi pendapatan, biaya operasional, estimasi pendapatan, cashflow, laba rugi dan neraca. Setelahnya kriteria investasi akan dinilai berdasarkan PBP, NPV, IRR dengan periode dalam proyeksi keuangan 5 tahun.

3.3.1 Biaya Operasional

Bagian biaya operasional memberikan semua biaya-biaya yang terlibat setiap kali produksi selama periode proyeksi keuangan yaitu selama 5 tahun. Biaya ini dijabarkan agar perusahaan tidak salah perhitungan ke bagian laporan keuangan yang lainnya karena pada penjabaran biaya operasional sangat vital. Selain itu biaya operasional pun akan menghasilkan kebutuhan dana untuk produksi yang akan dilakukan Toko Bening Audio.

3.3.2 Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan untuk pembukaan Toko Bening Audio adalah hasil kalkulasi dari biaya investasi tetap ditambah dengan working capital dan juga initial cost. Biaya operasional yang digunakan untuk kalkulasi kebutuhan dana yang merupakan biaya operasional pertama kali yang dilakukan oleh perusahaan di bulan pertama tahun pertama. Pada pertama kali investasi pemilik sebesar 50 juta rupiah ditambah dengan penyertaan tanah dan bangunan yaitu senilai 250 juta menjadi sebesar 300 juta rupiah, lalu sisa kebutuhan dana dipenuhi oleh pinjaman dengan bunga 9%. Berikut merupakan kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk pembukaan Toko Bening Audio:

Tabel 2 Kebutuhan Dana Perusahaan

Kebutuhan Dana	
Investasi Pemilik	Rp 300,000,000.00
Peminjaman Bank	Rp 48,015,134.43

3.3.3 Analisis Net Present Value (NPV)

NPV adalah selisih antara arus kas masuk dengan arus kas keluar dengan memperhitungkan titik waktu sekarang pada tingkat pengembalian minimum. Tingkat pengembalian minimum yang dipilih adalah tingkat suku bunga pinjaman bank yaitu 9%. NPV merupakan salah satu dari metode pengukuran investasi kelayakan.

Suatu investasi layak apabila $NPV > 0$. Dari hasil penelitian didapatkan NPV Rp 130.836.407,00. Maka dari itu, karena $NPV > 0$ maka investasi ini dinyatakan layak untuk dijalankan.

3.3.4 Analisis Payback Period (PBP)

Payback period merupakan salah satu metode penilaian investasi dengan melihat dari waktu yang diperlukan perusahaan untuk mencapai titik pengembalian investasi. Penilaian investasi ini melihat apabila pengembalian investasinya lebih cepat maka akan lebih baik. Suatu investasi dinyatakan layak apabila nilai $PBP <$ proyeksi keuangan. Pada penelitian ini, investasi akan kembali pada tahun ke 4 bulan ke 6. Karena pengembalian investasi lebih cepat dibanding proyeksi keuangannya, maka investasi ini dinilai layak.

3.3.5 Analisis Internal Rate of Return (IRR)

IRR merupakan tingkat bunga di masa yang akan datang dihitung dari arus kas yang telah diproyeksikan. IRR merupakan salah satu indikator kelayakan penting dalam penelitian ini. Indikator ini dinyatakan layak apabila nilai $IRR >$ interest rate. Tingkat IRR yang dicapai dalam penelitian ini adalah 18% untuk periode investasi 5 tahun. Sedangkan MARR yang dijadikan pembanding adalah suku bunga pinjaman bank yang dilakukan oleh perusahaan 9%. Dikarenakan nilai $IRR > 9\%$ maka bisnis Toko Bening Audio ini dinyatakan layak.

3.3.6 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah metode yang digunakan untuk melihat efek yang terjadi terhadap perubahan suatu variabel. Hasil dari analisis sensitivitas adalah menjadi landasan pertimbangan perusahaan di masa yang akan datang mengenai kebijakan terhadap biaya. Pada penelitian ini biaya yang diubah untuk dilakukan analisis sensitivitas adalah biaya pokok penjualan, biaya tenaga kerja langsung, biaya operasional overhead, dan biaya operasional lainnya. Berikut adalah hasil analisis sensitivitas yang telah dilakukan.

3.3.6.1 Sensitivitas Kenaikan Biaya Pokok Penjualan

Telah dilakukan kenaikan biaya pokok penjualan dari 1% hingga 5%. Setelah dinaikkan hingga 4% sudah terlihat bahwa itu mempengaruhi nilai NPV , PBP , dan IRR melewati batas sehingga dapat dikatakan tidak layak. Walaupun kenaikan yang diberikan relative kecil yaitu hanya 1% hingga 5%, namun sudah dapat membuat investasi tidak layak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya pokok penjualan adalah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.

3.3.6.2 Sensitivitas Kenaikan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Telah dilakukan kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 20% hingga 100%. Kenaikan 40% sudah membuat IRR turun mendekati $MARR$ yang ditentukan. Lalu, pada kenaikan 60% hasil nilai NPV sudah minus, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung adalah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.

3.3.6.3 Sensitivitas Kenaikan Biaya Overhead

Telah dilakukan kenaikan biaya tidak langsung 20% hingga 100%. Kenaikan 40% sudah membuat IRR turun mendekati $MARR$ yang ditentukan. Lalu, pada kenaikan 60% hasil nilai NPV sudah minus, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya overhead adalah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.

3.3.6.4 Sensitivitas Kenaikan Biaya Operasional Lainnya

Telah dilakukan kenaikan biaya tidak langsung 20% hingga 100%. Seluruh kenaikan biaya yang dilakukan tetap mendapat hasil NPV positif dengan nilai IRR yang tidak turun secara signifikan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa biaya promosi bukanlah variabel yang sensitif terhadap keuntungan perusahaan.

3.3.7 Analisis Risiko

Analisis risiko menggunakan metode Enterprise Risk Management untuk melihat risiko mana yang lebih diprioritaskan. Dari risiko-risiko yang telah diidentifikasi, terdapat beberapa risiko yang diperkirakan terjadi di masa yang akan datang yaitu risiko posisi pasar dan risiko fluktuasi harga.

Risiko yang diidentifikasi lalu diukur dan ditentukan pengelolaan terhadap risiko-risiko tersebut. Untuk risiko posisi pasar perusahaan akan melakukan risk control sedangkan untuk risiko fluktuasi harga perusahaan melakukan risk acceptable. Dengan melakukan pengelolaan risiko tersebut diharapkan risiko yang akan terjadi dapat diminimumkan.

Posisi pasar diberi bobot persentase 3% karena pertimbangan perusahaan dilihat dari keseriusan risiko apabila benar terjadi dan juga dilihat dari tingkat frekuensi risikonya. Fluktuasi harga bahan baku diberi bobot persentase 1% karena pertimbangan dari perusahaan dilihat dari keseriusan risiko apabila benar terjadi dan juga dilihat tingkat frekuensi risikonya.

4. Kesimpulan

Data hasil tinjauan aspek pasar, aspek teknis dan finansial maka bisnis ini layak berdasarkan IRR yang sudah diperoleh pada perhitungan aspek finansial. Karena IRR pada penelitian ini mencapai 18% dan lebih dari $MARR$ yaitu 9%. Tingkat pengembalian modal untuk bisnis Toko Bening Audio adalah 4 tahun 6 bulan dengan nilai NPV Rp 130.836.407,00. Persentase risiko sebesar 4% yang ditentukan akan digunakan atau ditambahkan kepada $MARR$ dalam perbandingan IRR . Sebelumnya nilai $MARR$ yang dipakai adalah 9% saja, lalu ditambahkan 4% menjadi 13% dari unsur risiko. Karena IRR yang didapat (18%) masih lebih besar dari $MARR$ ditambahkan dengan unsur risiko (13%), maka investasi perusahaan ini dianggap layak.

Daftar Pustaka

- [1] Prayudi, F., Fitria, L., & Yuniar. (2015). Analisis Kelayakan Usaha Penyewaan Sound System di Kota Bandung. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, 1-5.
- [2] Kementerian Agama Republik Indonesia. (2016, November). Hasil Pencarian Masjid & Hasil Pencarian Mushalla. Retrieved from Sistem Informasi Masjid:
<http://simas.kemenag.go.id/index.php/search/?keyword=Bekasi&filter=CARI>
- [3] Dinas Pendidikan Kota Bekasi. (2016, November). Data Sekolah - Daftar Sekolah. Retrieved from Website Dinas Pendidikan kota Bekasi: <http://bekasikota.siap.web.id/data-sekolah/data-daftar>
- [4] Taufiq, A. (2014). PENGARUH FASILITAS SEKOLAH DAN LINGKUNGAN SEKOLAH TERHADAP KEPUASAN SISWA MELALUI MUTU LAYANAN DI SMA SWASTA SEKECAMATAN PEDURUNGAN KOTA SEMARANG. Educational Management, 2-7.
- [5] Umar, H. (2003). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Muhammad, S., & Husnan, S. (2005). Studi Kelayakan Proyek, Edisi - 4. Yogyakarta: UPP AMPYKPN