

ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN TOKO SEPATU OFFLINE SNEAKYDIPS DI KOTA BANDUNG

FEASIBILITY ANALYSIS FOR OPENING OFFLINE SHOES STORE SNEAKYDIPS IN BANDUNG CITY

Af'idatul Almas¹, Dr. Ir. Nanang Suryana, M.T.², Ir. Sinta Aryani, MAIS.³

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

¹almaschan@student.telkomuniversity.ac.id, ²nanangsuryana@telkomuniversity.ac.id, ³sintatelu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

SneakyDips merupakan bisnis *online reseller* yang berasal dari Bandung yang terbentuk pada bulan oktober 2017. SneakyDips adalah bisnis *online reseller* yang menjual kembali berbagai produk *fashion* bermerek internasional maupun nasional. SneakyDips memiliki *target market* konsumen yang berada di daerah Jawa Barat khususnya wilayah Bandung dengan rentang usia 17 – 27 tahun. Awal usaha SneakyDips berjalan penjualan dilakukan dengan memasarkan produk secara *online* melalui Instagram dan Line. Dalam rangka meningkatkan pendapatan setiap produk, dan memperluas pasar, maka pemilik usaha memutuskan untuk melakukan pendirian toko *offline*. Dengan melakukan analisis kelayakan ini, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang perlu dipersiapkan dan mengetahui risiko yang dapat timbul dalam pengembangan usaha yang dilakukan. Aspek pasar pada penelitian ini didapatkan dari menyebar 100 kuesioner di Kota Bandung, hasil dari penyebaran kuesioner tersebut didapatkan hasil pasar potensial sebesar 86%, pasar tersedia 83% dari pasar potensial, dan pasar sasaran 1,3% dari pasar tersedia. Hasil perhitungan yang ada dalam aspek finansial menunjukkan nilai tingkat investasi dengan MARR 13,79% dengan nilai NPV sebesar Rp. 315.965.237, IRR sebesar 44%, PP selama 2,91 tahun, dan BEP sebanyak 2073 unit untuk *sneakers* dan 376 unit untuk *apparels*. Pendirian toko *offline* SneakyDips dapat dikatakan layak karena nilai IRR > MARR, NPV bernilai positif, dan PP < umur investasi.

Kata kunci : SneakyDips, Analisis kelayakan, NPV, IRR, PP

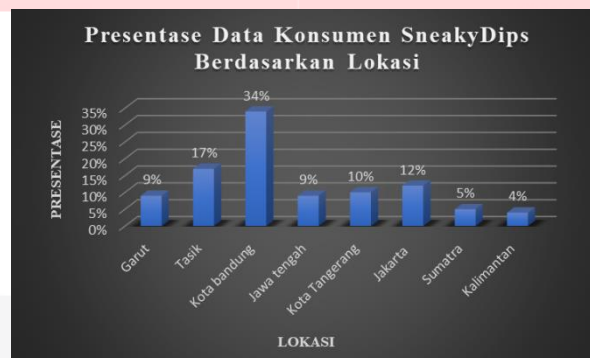
Abstrack

SneakyDips is business online of reseller from Bandung that established from October 2017. SneakyDips is a reseller business online that resells various internasional branded fashion products there are also national brands. SneakyDips has a target market for customers in West Java, especially in the Bandung region with range of age from 17 – 27 years. The start of the SneakyDips business is running sales by marketing products online through Instagram and Line. In order to increase the revenue of each product, and expand markets, the business owner decides to establish an offline store. By conducting this feasibility analysis, the company can find out what needs to be prepares and know the risks that can arise in the development of business being carried out. Market aspects in this study were obtained from distributing 100 questuonnaires in the city of Bandung, the results of the distribution of the questionnaire obtained a potential markets yield of 86%, available markets 83% from potential markets, and a target markets from 1,3% of available markets. The calculation results in the financial aspect show the value of investment level with MARR 13,79% with an NPV value of Rp. 315.965.237, IRR of 44%, PP for 2,91 years, and BEP as many as 2073 units for sneakres and 376 units for apparels. The establishment of SneakyDips offline store can be said to be feasible because IRR > MARR, the NPV is positive, and the PP < the investment life.

Keyword : SneakyDips, Feasibility Analipsis, NPV, IRR, PP

1. Pendahuluan

SneakyDips merupakan bisnis *reseller* yang berasal dari Bandung. SneakyDips adalah bisnis *reseller* yang menjual kembali berbagai merek *fashion* bermerek internasional dan nasional yang berfokus pada *sneakers*, tetapi juga menjual *apparels* yang dapat dikatakan *unisex* atau dapat digunakan oleh konsumen baik itu pria maupun wanita. Dalam rangka meningkatkan pendapatan setiap produk, memenuhi konsumen dan memperluas pasar, maka pemilik usaha memutuskan untuk melakukan pendirian toko *offline*. Hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, akun utama sosial media untuk promosi yaitu Instagram SneakyDips terkena hack pada Desember 2018, dan juga semakin banyaknya konsumen yang menanyakan keberadaan toko serta menggagalkan pesanan karena alasan ingin melihat barang secara langsung menjadi kunci bagi perusahaan untuk mendirikan toko.



Gambar 1. 1 Presentase Data Konsumen SneakyDips Berdasarkan Lokasi

(Sumber: Wawancara dengan pemilik usaha SneakyDips)

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa lokasi konsumen dari SneakyDips ini pada umumnya berada di wilayah Jabodetabek dan juga daerah Jawa Barat dengan Kota Bandung sebagai lokasi konsumen terbanyak. Berdasarkan data tersebut dan juga banyaknya konsumen yang menanyakan keberadaan toko, maka Dhipa selaku *owner* dari SneakyDips mulai mempertimbangkan pendirian toko *offline* di Kota Bandung. Menurut data yang telah disajikan, mencerminkan bahwa konsumen memerlukan suatu media komunikasi langsung yang dapat memenuhi hak konsumen seperti, berkomunikasi langsung terhadap pihak terkait, memilih dan melihat barang secara langsung, dan merasakan *handfeel* bahan serta mencoba produk secara langsung. Maka dari itu untuk mengembangkan usaha demi meraih hasil yang maksimal dengan pendirian toko *offline* dibutuhkan perancangan yang matang, diantaranya perlu dilakukan penelitian studi kelayakan usaha melalui kriteria kelayakan dari mulai aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial serta analisis sensitivitas dan risiko. Hasil analisis kelayakan ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan usaha serta memberikan keuntungan ekonomis bagi perusahaan.

2. Dasar Teori

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Umar (2005, p. 8) studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Umar dalam buku yang sama menguraikan bahwa untuk Menyusun

studi kelayakan sebagaimana dilakukan penelitian dari beberapa aspek diantaranya aspek pasar, aspek marketing, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek sosial, aspek lingkungan industri, aspek yuridis dan aspek lingkungan hidup.

2.2 Aspek – Aspek Studi Kelayakan

Berikut adalah aspek – aspek analisis kelayakan yang akan dinilai:

a. Aspek Pasar

Dalam aspek pasar, menurut Kasmir (2011) setiap usaha yang akan dijalankan harus memiliki pasar yang jelas. Perusahaan harus dapat mengetahui ada tidaknya konsumen yang akan membeli produk yang nantinya akan ditawarkan dan juga mengetahui perilaku konsumen sebagai calon pembeli dan pesaing yang ada. Perusahaan juga sebaiknya mengatur strategi pemasaran agar dapat menarik minat konsumen. Aspek pasar juga berkaitan dengan pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran.

b. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan rangkaian dan analisis aspek lainnya. Aspek teknis adalah aspek yang terkait dengan proses pembangunan proyek dilihat dari sisi teknis pengoprasian serta menghasilkan informasi berupa identifikasi produk, kapasitas produk, lokasi, dan layout bangunan.

c. Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan proses 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 akan dapat berkembang terus (Umar, 2005, p. 178). Metode penilaian yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1) *Payback period* (PP)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2007, p. 101) metode *payback period* (pp) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengambilan investasi suatu proyek atau usaha. Terdapat 2 macam model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

- Apabila kas perisih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih pertahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- Apabila kas bersih setiap tahun berbeda:

$$PP = \frac{\text{Sisa Investasi}}{\text{Kas bersih selanjutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

Jika *payback period* > umur ekonomis, investasi ditolak

Jika *payback period* < umur ekonomis, investasi diterima

2) *Net present value (NPV)*

Menurut Kasmir dan Jakfar (2007, p. 100), “*Net Present Value*” (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan *Net Present Value* (NPV). Rumus untuk menghitung metode *Net Present Value* adalah:

$$\bullet \quad NPV = PV \text{ Benefit} - PV \text{ Cost}$$

$$\bullet \quad NPV = \text{Investasi Awal} - \sum_{t=1}^N (Rn) \left(\frac{P}{F}, i\%, n \right)$$

Keterangan:

Rn : arus kas bersih pada periode ke n

P/F : P/F faktor

i : *interest*

t : periode t

Kriteria untuk menerima atau menolak suatu investasi berdasarkan NPV adalah sebagai berikut:

- ✓ Jika $NPV > 0$, maka investasi diterima,
- ✓ Jika $NPV < 0$, maka investasi ditolak,
- ✓ Jika $NPV = 0$, maka kemungkinan investasi diterima.

3) *Internal rate of return (IRR)*

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang dihadapkan dimasa datang, atau penerimaan kas dengan mengeluarkan investasi awal (Umar, 2005, p. 198).

Rumus IRR Interpolasi yang digunakan:

$$IRR \text{ Interpolasi} = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan:

i_1 : tingkat bunga ke-1, dimana tingkat suku bunga yang lebih rendah

i_2 : tingkat bunga ke-2, dimana tingkat suku bunga yang lebih tinggi

Rumus IRR Ekstrapolasi yang digunakan:

$$IRR \text{ Ekstrapolasi} = Ra + [Rb - Ra] \times \frac{NPV_1}{NPV_1 + NPV_2}$$

Keterangan:

Ra : tingkat suku bunga yang lebih rendah

Rb : tingkat suku bunga yang lebih tinggi

NPV 1 : NPV dengan tingkat suku bunga rendah

NPV 2 : NPV dengan tingkat suku bunga tinggi

Usaha dikatakan layak apabila $IRR > MARR$ dan dikatakan tidak layak apabila hasil dari perhitungan $IRR < MARR$.

4) *Break event point* (BEP)

Menurut Kasmir (2014, p. 333), analisis titik impas atau *break event point* (BEP) adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan juga tidak juga mengakibatkan kerugian. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *break event point* (BEP) adalah sebagai berikut:

- BEP dalam rupiah
$$= \frac{FC}{\left(1 - \left(\frac{VC}{P}\right)\right) \times Prop.n}$$
- BEP unit
$$= \frac{BEP \text{ dalam Rupiah}}{P}$$
 Atau
$$BEP \text{ unit} = \frac{FC}{(P - VC) \times Prop.n}$$

Keterangan:

- FC : *Fixed cost*,
- VC : *Variable cost per unit*,
- P : Harga jual,
- Prop.n : Proporsi n.

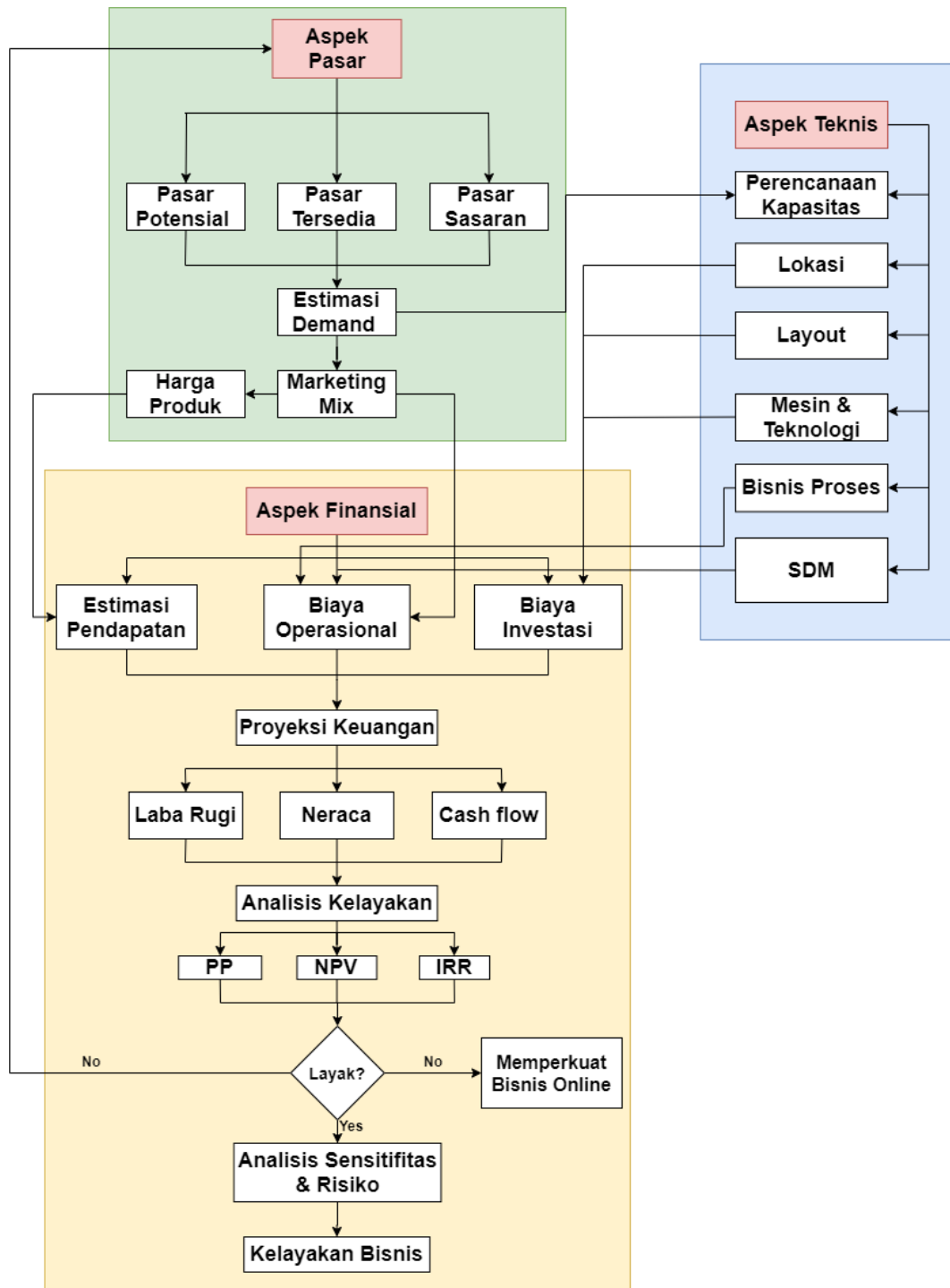
2.3 Analisis Sensitivitas

Sensitivity Analysis (Analisis Sensitivitas) adalah suatu teknik yang menunjukkan perubahan pada NPV jika terjadi perubahan pada suatu variabel yang mempengaruhi NPV (variabel input), sedangkan variabel lain dianggap tetap (Atmaja, 2008, p. 227).

2.4 Analisis Risiko

Risiko adalah hal yang tidak akan pernah dapat dihindari pada suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan manusia, karena dalam setiap kegiatan, pasti ada berbagai ketidakpastian. Dalam analisis kelayakan usaha, risiko merupakan tingkat penyimpangan antara tingkat pengembalian yang nyata dan tingkat pengembalian yang diharapkan, dalam arti lain terjadinya suatu *gap* antara kenyataan dan harapan.

3. Model Konseptual



Gambar 3. 1 Model Konseptual

Pada gambar 3.1 menjelaskan bahwa untuk menganalisis kelayakan usaha dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Aspek pasae terbagi menjadi pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Analisis aspek pasar dilakukan untuk mengetahui estimasi jumlah target yang berminat dari suatu produk. Setelah melakukan analisis penentuan aspek pasar maka selanjutnya diperlukan adanya analisis aspek teknis dan perhitungannya yang terdiri dari penentuan peralatan dan fasilitas beserta harganya yang termasuk pada biaya investasi. Selain itu, lokasi bangunan, *layout*, kapasitas

produk, gaji pegawai dan kebutuhan operasional juga termasuk pada perhitungan dalam aspek teknis yang tergolong pada biaya operasional. Hasil dari aspek teknis yang berupa kebutuhan investasi dan operasional akan dianalisis lebih lanjut dalam aspek finansial. Data yang didapatkan dari aspek pasar dan aspek teknis akan diolah dalam aspek finansial, dimana data tersebut akan diubah menjadi laporan laba rugi, laporan *cashflow*, dan laporan neraca. Hasil laporan dapat memvisualisasikan proyeksi keuangan dan tingkat pengembalian investasi dengan menggunakan *payback period* (pp), *net present value* (npv), *internal rate return* (irr) untuk mempermudah pengambilan keputusan sesuai kriteria kelayakan.

4. Pembahasan

4.1 Aspek Pasar

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan penduduk Kota Bandung dengan rentang usia 17 – 27 tahun. Dari klasifikasi umur tersebut dikerucutkan lagi menggunakan data berdasarkan penyebaran kuesioner yang berminat belanja *offline*, kemudian dilakukan pengolahan data dan diperoleh estimasi pasar sebagai berikut:

a. Pasar potensial

Besar pasar potensial dari usaha ini yaitu sebesar 86% dari populasi yang telah ditentukan sehingga diperoleh besar pasar sasaran sebanyak 461.455 jiwa.

b. Pasar tersedia

Berdasarkan persentase pasar tersedia pada usaha ini yaitu sebesar 83% dari pasar potensial yang telah ditentukan atau sebanyak 380.968 jiwa.

c. Pasar sasaran

Besarnya pasar sasaran pada usaha ini ditentukan oleh pemilik perusahaan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan kompetitor. Pasar sasaran ditentukan oleh pemilik usaha sebesar 1,3% dari pasar tersedia atau sebanyak 4.953 jiwa. Besarnya pasar sasaran sebesar 1,3% didapatkan dari data historis penjualan perusahaan SneakyDips pada tahun 2019/2020.

4.2 Aspek Teknis

Aspek teknis yang dibahas pada penelitian kali ini di antaranya:

a. Lokasi usaha

Lokasi tempat operasional usaha SneakyDips terletak pada Jalan Sumbawa No. 28 Kota Bandung. Lokasi dipilih langsung oleh Dhipa selaku *owner* SneakyDips karena tempat yang strategis. Faktor lainnya yang mempengaruhi terpilihnya lokasi tersebut karena harga sewa bangunan yang terbilang cukup murah.

b. Kapasitas produk

Kapasitas produk adalah jumlah produk yang disediakan untuk mencapai keuntungan optimal. Banyaknya estimasi *demand* yang telah diperkirakan pada aspek pasar sebelumnya dijadikan batasan permintaan oleh perusahaan sehingga proses pemesanan barang ke *supplier* sesuai dengan permintaan guna mengurangi stok kekurangan produk.

c. Proses Bisnis

Pada pemetaan proses bisnis dalam penelitian kali ini terbagi menjadi dua yaitu proses bisnis pemesanan barang dari pihak SneakyDips ke pihak *supplier*, dan proses bisnis pemesanan pelanggan saat melakukan pembelian di toko SneakyDips.

d. Peralatan yang dibutuhkan

Peralatan yang dibutuhkan pada penelitian kali ini kan menjadi biaya investasi awal perusahaan. Jumlah biaya untuk peralatan yang dibutuhkan pada usaha SneakyDips sebanyak Rp. 30.142.500. Adapun peralatan yang dibutuhkan oleh SneakyDips berfungsi untuk menunjang kelancaran operasional toko.

e. *Layout* bangunan

Tata letak bangunan pada toko SneakyDips di Bandung disesuaikan dengan luas bangunan yang disewa. Bangunan yang dipilih untuk disewa nantinya akan memiliki 1 area parkir, 1 *warehouse*, 1 tempat kasir, 1 toilet, 1 *fitting room*, 2 etalase sepatu yang menghadap ke jalan, 1 rak sepatu di sisi kanan dan 2 rak sepatu di sisi kiri, 2 sofa masing – masing di bagian kanan dan kiri ruangan, dan juga rak baju dan rak celana di bagian tengah ruangan.

f. Sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia dari toko SneakyDips telah ditentukan. Sistem pengambilan keputusan dari penjualan toko dibantu oleh *software system* yang dinamakan *point of sales*. SneakyDips menentukan rencana sumber daya manusia yang dibutuhkan yaitu terdiri dari 1 orang CEO yang dipegang langsung oleh pemilik usaha, 1 orang manajer keuangan (kasir), dan juga 2 orang *statt* (pegawai toko). Masing – masing memiliki *job description* yang berbeda beda. Jumlah tenaga kerja, penentuan tugas, dan jadwal kerja diatur sedemikian rupa guna memberikan hasil yang optimal.

4.3 Aspek Finansial

Aspek finansial dilakukan untuk menganalisis kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan, biaya operasional, proyeksi *cashflow*, *payback period*, NPV, dan IRR. Selanjutnya akan dilakukan analisis sensitivitas untuk mengetahui pengaruhnya terhadap tingkat kelayakan usaha yang dilakukan apabila terjadi perubahan variabel – variabel berupa biaya – biaya yang dikeluarkan. Selanjutnya akan dilakukan analisis risiko.

Kebutuhan dana yang dibutuhkan pada usaha ini merupakan akumulasi dari biaya investasi tetap, *working capital* (perkiraan biaya selama periode 1 bulan), dan biaya SIUP. Total kebutuhan dana yang dibutuhkan yaitu sebesar Rp. 304.019.028. Berikut merupakan rincian kebutuhan dana pada usaha ini.

Tabel 4. 1 Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana	
Total Project Cost (TPC) 2019	Total
Investasi Tetap	Rp 30.142.500
Working Capital (perkiraan biaya selama periode 1 bulan)	Rp 271.176.528
Inisiasi (SIUP)	Rp 2.700.000
Total	Rp 304.019.028

Pendapatan pada usaha ini diperoleh dari harga rata-rata setiap produk yang ada dikalikan dengan jumlah proyeksi *demand* setiap tahunnya pada usaha ini. Berikut merupakan estimasi proyeksi pendapatan pada usaha ini yang mengalami setiap tahunnya karena *demand* yang diperkirakan meningkat setiap tahunnya berdasarkan rata-rata persentase laju pertumbuhan penduduk di Kota Bandung (<https://jabar.bps.go.id>), dan harga jual juga mengalami kenaikan setiap tahunnya sebesar 3,88% sesuai dengan peningkatan inflasi tahunan.

Tabel 4. 2 Estimasi Penjualan Setiap Item per Tahun

Tahun	Bobot	2021	2022	2023	2024	2025
Proyeksi Jumlah Demand	Proyeksi	4.953	5.027	5.102	5.178	5.255
Sneakers	0,8	3.962	4.021	4.081	4.142	4.204
Apparels	0,2	991	1.005	1.020	1.036	1.051

Tabel 4. 3 Estimasi Pendapatan

Produk	Pendapatan per Tahun				
	2021	2022	2023	2024	2025
Sneakers	Rp2.991.612.000	Rp3.153.991.075	Rp 3.325.183.781	Rp 3.505.668.505	Rp 3.695.949.601
Apparels	Rp 386.334.000	Rp 407.303.483	Rp 429.411.151	Rp 452.718.781	Rp 477.291.505
Total	Rp3.377.946.000	Rp3.561.294.558	Rp 3.754.594.932	Rp 3.958.387.286	Rp 4.173.241.106

Setelah menghitung biaya – biaya yang harus dikeluarkan dan pendapatan yang diterima pada usaha ini, kemudian dilakukan analisis kelayakan investasi pada usaha ini. Indikator atau metode yang digunakan diantaranya dengan menghitung nilai PP, NPV, dan IRR. Berikut merupakan tabel hasil perhitungan nilai PP, NPV dan IRR yang digunakan sebagai penentuan kelayakan pada usaha ini:

Tabel 4. 4 NPV, PP, IRR

Discount Rate	13,79%
NPV	Rp 315.965.237
Payback Period	2,91
IRR	44%

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa nilai NPV terakhir yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 315.965.237, waktu periode yang dibutuhkan untuk mengembalikan nilai sisa uang dari investasi yaitu selama 2,91 tahun, dan nilai IRR yang didapat sebesar 44%.

Tabel 4. 6 Rangkuman BEP per Unit Sneakers

Sneakers	
Tahun	BEP Unit
2021	2073
2022	2132
2023	2193
2024	2259
2025	2327

Tabel 4. 5 Rangkuman BEP per Unit Apparels

Apparels	
Tahun	BEP Unit
2021	376
2022	387
2023	398
2024	410
2025	422

Pada analisis *break even point* yang dilakukan pada pendirian toko sepatu *offline Sneakydips* untuk *sneakers* ini setiap tahun nya mengalami kenaikan karena adanya inflasi sebesar 3.88% dan naiknya jumlah *demand* setiap tahunnya.

4.4 Analisis Sensitivitas

Pengukuran sensitivitas dilakukan untuk menguji dan mengetahui sejauh mana efek yang terjadi apabila terjadi perubahan variabel – variabel pendapatan atau biaya yang terdapat pada proyeksi finansial. Variabel yang dirasa dapat mempengaruhi yaitu kenaikan biaya produk, penurunan *demand*, kenaikan biaya pengiriman, dan penurunan harga jual. Perubahan persentase tersebut berdasarkan pada hasil PP, NPV dan IRR. Berikut merupakan tabel rincian pengukuran sensitivitas dari empat indikator yang telah dipilih:

Tabel 4. 7 Rangkuman Analisis Sensitivitas

	Persentase	NPV	PP	IRR	MARR	HASIL
Awal		Rp 315.965.237	2,91	44%	13,79%	Layak
Kenaikan Biaya Pembelian Produk	3%	Rp 12.687.544	4,93	15,03%		Layak
	4%	Rp (88.405.021)	5,56	5,08%		Tidak Layak
Penurunan Demand	22%	Rp 3.974.101	4,97	14,20%		Layak
	23%	Rp (10.207.314)	5,07	12,72%		Tidak Layak
Kenaikan Biaya Pengiriman	25%	Rp 9.869.150	4,94	14,75%		Layak
	26%	Rp (2.374.694)	5,01	13,56%		Tidak Layak
Penurunan Harga Jual	2%	Rp 4.685.175	4,97	14,28%		Layak
	3%	Rp (122.258.725)	5,93	0,55%		Tidak Layak

4.5 Analisis Risiko

Terdapat beberapa risiko yang telah diidentifikasi oleh perusahaan yaitu risiko pasar sebesar 2%, risiko keuangan sebesar 1%, dan risiko produk sebesar 1%, maka didapatkan total bobot risiko sebesar 4%, dimana bobot risiko tersebut didapatkan dengan telah mempertimbangkan nilai dari *risk premium* yang telah digunakan pada perhitungan *discount rate*. Total bobot risiko yang telah didapatkan akan dikalkulasikan dengan nilai *discount rate method* sehingga didapatkan nilai interest risiko sebesar 17,79%. Dengan nilai total *rate* sebesar 17,79% maka didapatkan NPV sebesar Rp. 249.616.784, *payback period* sebesar 3,14 tahun, dan IRR sebesar 44%. Maka dapat disimpulkan NPV > 0, PP < periode implementasi, dan IRR > MARR, maka dapat dikatakan bahwa usaha ini tetap layak dijalankan.

5. Kesimpulan

a. Aspek Pasar

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden, maka diperoleh persentase besar pasar potensial sebesar 86% atau sebanyak 461.455 jiwa. Besar persentase untuk pasar tersedia yaitu sebesar 83% dari pasar potensial yang telah ditentukan atau sebanyak 380.968 jiwa. Untuk besarnya pasar sasaran ditentukan oleh pemilik usaha dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan kompetitor yaitu sebesar 1,3% dari pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk yang akan dijual oleh SneakyDips, dan besarnya pasar sasaran sebesar 1,3% didapatkan dari data historis penjualan perusahaan

- SneakyDips pada tahun 2019/2020. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa besarnya pasar sasaran dari usaha SneakyDips sebesar 1,3% dari pasar tersedia adalah sebanyak 4.953 jiwa.
- b. Aspek Teknis
- Berdasarkan dari proses bisnis yang jelas, lokasi usaha yang ditetapkan dapat memenuhi kebutuhan pada rangkaian proses bisnis yang ada dan juga layak dikarenakan tempat yang dipilih merupakan tempat yang strategis, kebutuhan pekerja yang jelas dan posisi pekerja yang jelas, kebutuhan peralatan usaha yang sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan sehingga dapat menunjang proses bisnis yang dijalankan, maka usaha yang akan dijalankan dapat dikatakan layak dari segi aspek teknis.
- c. Aspek Finansial
- Pada aspek finansial yang dihitung dalam penelitian kali ini meliputi biaya investasi, biaya operasional yang terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung, jumlah kebutuhan dana, estimasi pendapatan, proyeksi biaya operasional, proyeksi laporan laba rugi, proyeksi *cashflow*, dan proyeksi laporan neraca selama 5 tahun sebagai acuan penilaian pada kriteria kelayakan NPV, IRR, *payback period*, dan *break event point* (BEP). Hasil dari perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:
- NPV : Rp. 315.965.237
IRR : 44%
Payback Period : 2,91 tahun
BEP *sneakers* : 2073 (tahun pertama)
BEP *apparels* : 376 (tahun pertama)
- d. Sensitivitas
- Analisis sensitivitas yang dilakukan yaitu pada kenaikan biaya pembelian produk, penurunan *demand*, kenaikan biaya pengiriman, dan penurunan harga jual. Didapatkan investasi dinyatakan tidak layak jika biaya pembelian produk naik sebesar 4%, *demand* turun sebesar 23%, biaya pengiriman naik sebesar 26%, dan harga jual turun sebesar 3%.
- e. Risiko
- Berdasarkan analisis risiko yang mungkin terjadi pada investasi pendirian toko sepatu *offline* SneakyDips, investasi masih dapat dikatakan layak untuk dijalankan ketika presentase total risiko 4%, lalu ditambah dengan *interest rate* sebesar 13,79% maka *interest rate* akan menjadi sebesar 17,79%, dimana menghasilkan nilai NPV sebesar Rp. 249.616.784, *payback period* sebesar 3,14 tahun, dan IRR sebesar 44%.

Daftar Pustaka

- Atmaja, L. S., 2008. *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. 1nd ed. Yogyakarta: Andi.
- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. 1 penyunt. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasmir & Jakfar, 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*. 2nd ed. Jakarta: Kencana.
- Umar, H., 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.