

**ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN OUTLET TAKOYAKI TAKOYUK DI
TANGERANG SELATAN DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS DAN
ASPEK FINANSIAL**

***FEASIBILITY ANALYSIS OF OPENING OUTLET TAKOYAKI TAKOYUK IN SOUTHERN
TANGERANG REVIEWED FROM MARKET ASPECT, TECHNICAL ASPECT AND
FINANCIAL ASPECT***

¹Rivaldy Annas, ²Budi Praptono, ³Maria Dellarosawati I

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

¹rivaldyannas@gmail.com, ²budipraptono35@gmail.com, ³dellarosawati@gmail.com

Abstrak

Takoyaki TakoYuk merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan konsep *street food* yang menjual produk berbahan dasar tepung terigu dengan takoyaki sebagai menu utamanya. Takoyaki merupakan cemilan khas jepang yang banyak digemari di Indonesia. Maka dari itu pemilik ingin melakukan inovasi terhadap takoyaki yang selama ini sudah ada. Lokasi usaha terletak di Kota Tangerang Selatan, dimana daerah kampus dan sekolah menjadi tujuan utama dari TakoYuk.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang berada di Kota Tangerang Selatan yang berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa untuk mengetahui berapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Sedangkan untuk aspek teknis dan finansial digunakan data sekunder yang didapat dari berbagai sumber. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan presentase pasar potensial sebesar 94%, pasar tersedia 86%, dan untuk pasar sasaran perusahaan membidik 4% dari pasar tersedia.

Hasil perhitungan finansial menunjukkan bahwa nilai NPV untuk periode 2018-2022 adalah Rp 39.654.910, presentase IRR sebesar 36,35%, dan PBP 1.569 tahun. IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR yaitu 9% dan NPV bernilai positif. Dari parameter tersebut, maka pembukaan outlet takoyaki TakoYuk di kota Tangerang Selatan dapat dikatakan layak.

Kata kunci: Outlet takoyaki TakoYuk, analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP

Abstract

TakoYuk takoyaki is a business in the field of culinary with the concept of street food that sells flour-based product with takoyaki as the main menu. Takoyaki is a typical Japanese snack that much-loved in Indonesia. So the owner want to make innovation about takoyaki during this time had been.

In this research, to gain information regarding market aspect, the researcher distributed questionnaire to 100 respondents who reside in South Tangerang City who have status as student and college student to determine the amount of potential market, available market, and target market. Meanwhile, secondary data that was obtained from various sources were used to examine the technical and financial aspect. The result show amount of the potential market is 94%, the available market is 86%, and for the target market, the company is targeting 4% of available market.

This financial calculation result showed that the NPV within the period of 2018-2022 was as much as Rp 39.654.910, with IRR percentage of 36,35% and PBP of 1,569 year. The acquired IRR was bigger than the MARR value which was 9% and the NPV was positive. Due to this parameter, it can be concluded that the opening of TakoYuk takoyaki outlet in South Tangerang City was deemed feasible.

Key words: TakoYuk takoyaki outlet, feasibility analysis, NPV, IRR, PBP

1. Pendahuluan

Berbagai macam makanan khas luar negeri yang masuk ke Indonesia, salah satunya adalah makanan khas Jepang. Makanan khas Jepang sangat banyak digemari di Indonesia, walaupun beberapa tahun yang lalu masyarakat Indonesia tidak begitu saja menerima makanan khas Jepang tersebut dengan gaya masakan Jepang asli (mentah). Terbukti perkembangan restoran Jepang di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir ini cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya restoran Jepang yang hadir di Indonesia.



(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016)

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Restoran di Indonesia

Berdasarkan Gambar I.1, jumlah restoran Jepang diperkirakan akan terus bertambah, didukung oleh kondisi perekonomian yang juga diperkirakan akan terus membaik pada beberapa tahun ke depan. Salah satu pendorong suburnya pertumbuhan industri restoran Jepang di Indonesia adalah makin banyaknya masyarakat di Indonesia yang mulai menggemari makanan khas Jepang. Salah satu makanan khas dari Jepang adalah takoyaki. Di negara asalnya, makanan berbentuk bulat kecil yang terbuat dari adonan tepung terigu ini berisi irisan daging gurita. Di Indonesia sudah banyak mengalami inovasi. Selain gurita, banyak pengusaha kuliner menambahkan bahan isian aneka seafood, seperti udang, ikan, dan lain-lain. TakoYuk merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi takoyaki. TakoYuk memiliki produk takoyaki yang berisi berbagai macam bahan isian gurita, aneka seafood seperti udang, ikan dan lain-lain. Namun beberapa masyarakat Indonesia tidak menyukai makanan seafood, maka TakoYuk membuat alternatif takoyaki dengan bahan isian seperti ayam, daging, sosis dan keju. Tangerang Selatan merupakan salah satu target pemasaran outlet takoyaki TakoYuk dimana pada kota tersebut tingkat persaingannya masih kecil.

Tabel 1.1 Daftar Restoran Jepang di Indonesia

No	Daftar Outlet Takoyaki di Tangerang Selatan
1	Juragan Takoyaki
2	Blacktopus Takoyaki Ciputat
3	Moe Moe Takoyaki Japanese Food
4	Akbar Takoyaki
5	Yamatoya
6	Wawa Takoyaki

Berdasarkan Tabel I.1 dapat dilihat bahwa penjual takoyaki di Kota Tangerang Selatan sangat sedikit, sehingga Kota Tangerang Selatan menjadi daerah yang cukup strategis untuk mendirikan outlet takoyaki TakoYuk. Melihat beberapa pertimbangan dari data yang sudah disajikan, outlet TakoYuk siap bersaing dengan usaha dengan bidang sejenis di Tangerang Selatan. Namun outlet TakoYuk tetap membutuhkan analisis terkait dengan kelayakan pembukaan outlet baru di Tangerang Selatan. Hal ini didasarkan pada keilmuan yang akan mendukung suksesnya usaha outlet TakoYuk.

Dengan peluang yang cukup besar seperti data yang sudah disajikan juga analisis yang akan dilakukan, diharap akan mempermudah, memperlancar, dan menyukseskan langkah outlet TakoYuk untuk rencana pembukaan outlet baru ini.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan analisis untuk meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki, seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasai pasar dan bagaimana strategi yang akan dijalankan.

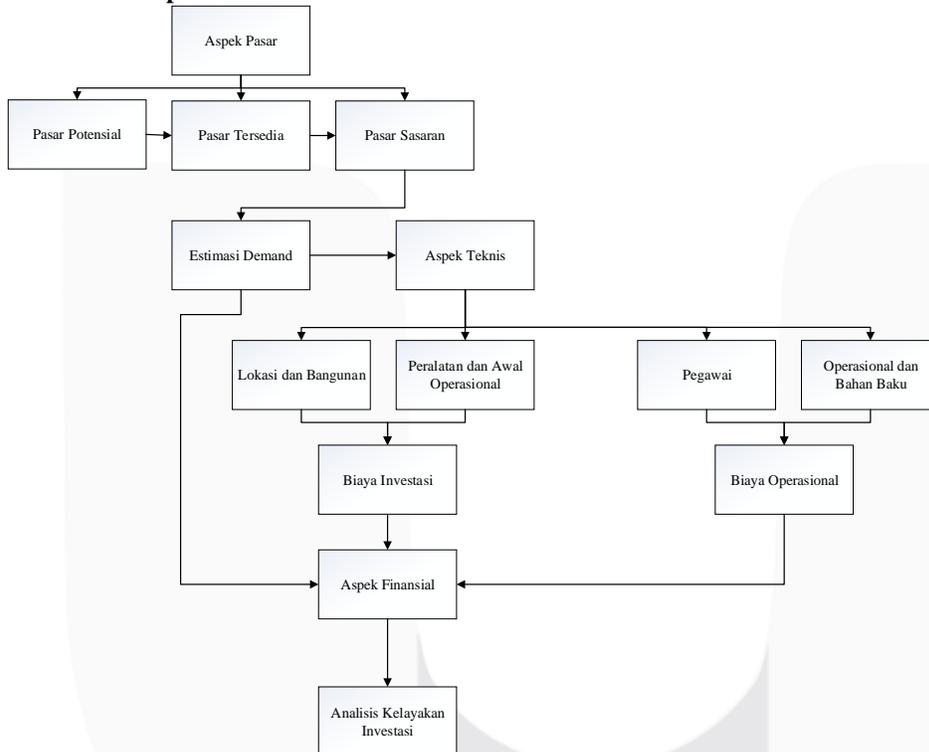
2.1.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan input (penyediaan) dan *output* (produksi) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknik dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun (Husnan dan Muhammad, 2005).

2.1.3 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, hal. 178).

2.2 Metode Konseptual



Gambar 2. 1 Model Konseptual

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa penelitian ini akan dilakukan berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial dan dilakukan analisis sensitivitas. Hasil dari analisis sensitivitas menentukan apakah pembukaan outlet TakoYuk Takoyaki di Kota Tangerang Selatan layak atau tidak. Analisis aspek pasar dalam penelitian ini menentukan jumlah *demand*. Pertama kita menganalisa pasar potensial. Setelah itu melakukan analisa pasar tersedia berdasarkan analisa pasar potensial. Setelah mengetahui jumlah pasar tersedia, penelitian ini dilanjutkan dengan menganalisa pasar sasaran yang akan dituju. Hasil dari pasar sasaran ini yang akan dinamakan jumlah permintaan. Jumlah permintaan/ *demand* akan digunakan kedalam objek teknis dan finansial. Selain itu aspek pasar akan memperlihatkan persaingan yang ada. Untuk menganalisa aspek pasar tersebut maka diperlukan riset pasar dengan turun langsung ke lapangan atau mengumpulkan data dengan kuesioner. Analisis aspek teknis akan menunjukkan semua teknis operasional yang dibutuhkan pada pembukaan outlet TakoYuk Takoyaki di Kota Tangerang Selatan. Aspek teknis ini dipengaruhi oleh spesifikasi teknis meliputi lokasi pembangunan usaha yang strategis, jumlah pegawai yang dibutuhkan, serta peralatan

yang akan digunakan untuk kelangsungan usaha ini. Hasil analisis dalam aspek teknis ini akan menunjukkan kebutuhan investasi dan biaya operasional pembukaan outlet TakoYuk Takoyaki di Kota Tangerang Selatan. Hasil dari analisis aspek pasar dan aspek teknis akan dianalisis lebih lanjut dalam aspek finansial. Analisis aspek ini meliputi analisis dana yang diinvestasikan, pendapatan, biaya operasional serta perhitungan parameter untuk menilai tingkat investasi. Analisis ini akan menggambarkan proyeksi keuntungan usaha serta tingkat pengembalian investasi dengan menggunakan tools NPV, IRR, dan PP. Pengambilan keputusan menjadi bagian yang penting dari proses analisis kelayakan. Keputusan akan diambil sesuai dengan kriteria kelayakan usaha dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan sebelumnya. Jika hasil pengolahan data dan analisis menunjukkan usaha ini layak untuk dijalankan, maka usaha ini akan dijalankan. Tetapi jika hasil dari pengolahan data dan analisis menunjukkan tidak layak, maka usaha ini tidak akan dijalankan.

3. Pembahasan

3.1 Apek Pasar

3.1.1 Pasar Potensial

Pasar potensial Toko Bening Audio diperoleh berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah disebar melalui *google docs* kepada 100 responden yaitu pelajar dan mahasiswa. Terdapat sejumlah 94 responden menjawab berminat terhadap produk TakoYuk. Dapat disimpulkan bahwa pasar potensial dari TakoYuk adalah 94% dari total 100 responden.

3.1.2 Pasar Tersedia

Pasar tersedia dari TakoYuk diperoleh berdasarkan hasil rekapan kuesioner yang telah disebar melalui *google docs* kepada 100 responden yang dilihat berdasarkan keminatan dan kemampuan beli responden terhadap produk yang ditawarkan.

Dapat disimpulkan bahwa pasar tersedia dari Toko Bening Audio adalah sejumlah 86% dari total pasar potensial yang terdiri dari 81 responden yang berminat dan mampu membeli produk TakoYuk

3.1.3 Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang mempunyai syarat untuk dimasuki oleh perusahaan. Selain melihat jumlah pasar tersedia yang ada, dipertimbangkan juga kemampuan perusahaan. Kemampuan perusahaan ini berdasarkan referensi yang didapat dari perusahaan lain yang sudah ada. Menurut referensi yang didapat, dalam 1 hari bisa memproduksi dan menjual takoyaki sebanyak 50 sampai 60 porsi. Namun untuk membuat sebanyak 50 sampai 60 porsi ini membutuhkan peralatan yang canggih, sumber daya manusia yang cukup banyak dan perusahaan yang sudah berjalan stabil. Berdasarkan referensi tersebut, outlet TakoYuk sebagai perusahaan yang baru belum mampu memproduksi dan menjual sebanyak itu. Setelah dikalkulasikan, TakoYuk merasa hanya mampu memproduksi dan menjual sebesar 4% dari pasar tersedia. Maka jumlah permintaan yang ditangani oleh TakoYuk juga berdasarkan kemampuan perusahaan.

Tabel 3. 1 Estimasi *Demand*

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah <i>demand</i> TakoYuk	8866	9038	9213	9392	9574

3.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Dalam penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data dari aspek teknis nantinya akan menghasilkan informasi berupa identifikasi produk, kapasitas produksi, lokasi proyek, *layout* bangunan, serta manajemen sumber daya manusia.

3.2.1 Identifikasi Produk

TakoYuk merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dengan konsep *street food* dengan takoyaki sebagai menu utamanya. Menu tersebut memiliki rasa yang berbeda dikarenakan bahan isian yang digunakan bermacam-macam. Bahan isian yang disediakan oleh TakoYuk adalah *seafood* berupa gurita, cumi-cumi, ikan salmon dan non *seafood* berupa ayam, keju, sosis, dan daging sapi. Fokus utama TakoYuk saat ini hanya produk takoyaki saja.

3.2.2 Lokasi Usaha

Hasil dari perhitungan penentuan lokasi menggunakan metode *factor rating* dihubungkan dengan faktor-faktor yang telah menjadi bahan pertimbangan pada penelitian ini, maka daerah Pamulang menjadi lokasi yang terpilih. Daerah

Pamulang menjadi lokasi terpilih karena hasil perhitungan *factor rating* menunjukkan bahwa daerah tersebut memiliki nilai wtd total paling tinggi yaitu 96.

3.2.3 Kapasitas Produksi

Satu porsi takoyaki memiliki 6 biji takoyaki. Kapasitas wajan takoyaki adalah sebesar 18 takoyaki. Butuh waktu 4 menit untuk membuat 1 porsi takoyaki. Maka dari itu, kapasitas produksi dalam sehari (8 jam kerja) sebanyak 120 porsi.

3.2.4 Peralatan Yang Dibutuhkan

Peralatan yang dibutuhkan pada penelitian ini akan menjadi biaya investasi awal TakoYuk. Jumlah peralatan diinvestasikan sebelum tahun pertama dimulai.

3.2.5 Tenaga Kerja

Penentuan jumlah tenaga kerja dihitung berdasarkan jumlah produksi perhari dikalikan dengan waktu baku aktivitas produk dalam satuan menit dibagi dengan jumlah waktu kerja efektif tiap harinya dalam satuan menit. Total waktu kerja efektif perhari adalah 420 menit. Penetapan waktu tersebut sesuai dengan Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan dimana jam kerja produktif yaitu selama 8 jam dengan waktu istirahat selama 60 menit. Sehingga dalam 1 hari, pekerja memiliki waktu kerja efektif selama 7 jam (420 menit). Sehingga jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan adalah 1 orang untuk tahun 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022.

3.2.6 Layout Bangunan

Layout bangunan operasional TakoYuk memiliki konsep *street food* dengan *booth* gerobak sebagai tempat produksi dan penjualan. *Booth* gerobak tersebut didesain sedemikian rupa agar menghasilkan tingkat efektivitas kerja.

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 TakoYuk 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, *cash flow*, 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 produk selama periode proyeksi keuangan yaitu selama 5 tahun. Biaya ini dibayarkan 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 produk yang akan dijual TakoYuk. Total biaya operasional yang dibutuhkan oleh TakoYuk adalah Rp 81.074.140 pada tahun pertama dan akan terus meningkat mengikuti peningkatan permintaan ditahun-tahun berikutnya.

3.3.2 Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan untuk pembukaan outlet TakoYuk adalah hasil kalkulasi dari biaya investasi tetap ditambah dengan *working capital*. Biaya operasional yang digunakan untuk kalkulasi kebutuhan dana yang merupakan biaya operasional pertama kali yang dilakukan oleh perusahaan di bulan pertama tahun pertama. Pada investasi pemilik sebesar Rp 8.181.725, lalu sisa kebutuhan dana dipenuhi oleh pinjaman dengan bunga 9%. Berikut merupakan kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk pembukaan outlet TakoYuk :

Tabel 3. 2 Sumber Dana

Sumber Dana	
Modal Sendiri (70%)	Rp 8.181.725
Pinjaman Bank (30%)	Rp 3.506.454

3.3.3 Analisis Net Present Value (NPV)

Dari hasil perhitungan *Net Present Value* yang didapat dari nilai uang saat ini dari penerimaan dikurangi dengan nilai uang saat ini dari biaya periode waktu investasi yang berjalan yaitu lima tahun, diperoleh NPV sebesar Rp 39.654.910,-. Karena nilai NPV di akhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi, pembukaan outlet takoyaki TakoYuk layak untuk dijalankan.

3.3.4 Analisis Payback Period (PBP)

Analisis *payback period* digunakan untuk menentukan periode atau waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian modal atau investasi awal. Dengan menggunakan estimasi *cash flow* didapat *payback period* selama 1,569 tahun sejak usaha

ini dijalankan. Pada periode tersebut nilai kumulatif kas telah menunjukkan hasil positif sehingga dapat dikatakan bahwa waktu pengembalian di bawah usia investasi yang telah ditentukan di awal, yaitu selama lima tahun.

3.3.5 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas digunakan untuk melihat dan mengantisipasi efek yang dihasilkan apabila terjadi perubahan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang terlibat dalam pembiayaan investasi dan implementasi pembukaan outlet takoyaki TakoYuk yang dapat mempengaruhi kelayakannya. Penelitian ini telah ditentukan akan menghitung sensitivitas dari perubahan naiknya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan turunnya harga jual terhadap penilaian kelayakan investasi (NPV).

3.3.5.1 Kenaikan Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku mengalami kenaikan yang fluktuatif, maka kami menganalisis usaha kami layak atau tidak dengan biaya bahan baku sensitif kenaikan sebesar 15% jika kenaikan biaya bahan baku sensitif masih dibawah 15,82% maka masih dianggap layak, jika melebihi nilai tersebut maka tidak layak.

3.3.5.2 Kenaikan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung sensitif kenaikan sebesar 63% jika kenaikan biaya bahan baku sensitif masih dibawah 63,49% maka masih dianggap layak, jika melebihi nilai tersebut maka tidak layak.

3.3.5.3 Penurunan Harga Jual

Harga jual sensitif penurunan sebesar 28% jika penurunan harga jual masih dibawah 28,01% maka masih dianggap layak, jika melebihi nilai tersebut maka tidak layak.

4. Kesimpulan

Data hasil tinjauan aspek pasar, aspek teknis dan finansial maka bisnis ini layak berdasarkan NPV yang sudah diperoleh pada perhitungan aspek finansial. Karena NPV pada penelitian sebesar Rp 39.654.910 dan lebih dari 0. Tingkat pengembalian modal untuk bisnis TakoYuk adalah 1,569 tahun dengan nilai IRR sebesar 36,35% lebih besar dari MARR yaitu 9%

Daftar Pustaka

- [1] Azmi, Insani. 2016. *Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Kue Di Margonda Depok Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Keuangan*. Tugas Akhir. Bandung: Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom.
- [2] Gunawan, K., & Djati, S. P. (2011). *Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien*. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*.
- [3] Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. 2005. *Studi Kelayakan Proyek, Edisi 4*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN
- [3] Ibrahim, Yacob. (1998). *Studi Kelayakan Bisnis*, Cetakan Pertama. Jakarta: Rineka Cipta.
- [4] Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Kasmir, S.E., M.M. dan Jakfar, S.E., M.M. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 2*. Jakarta : Kencana
- [6] Riskawati. (2013). Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Pendidikan.com*, 3.
- [7] Setiawan, N. (2007). *PENENTUAN UKURAN SAMPEL MEMAKAI RUMUS SLOVIN DAN TABEL KREJCIE MORGAN: TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA*. Universitas Padjajaran.
- [8] TEKMI Laboratory. 2016. *Modul Praktikum Perancangan Bisnis*. Bandung.
- [9] Umar, Husein. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi ketiga revisi. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama