

***ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN GERAI BARU UD JAYA BARU DI
KABUPATEN TEMANGGUNG DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS,
DAN ASPEK FINANSIAL***

***FEASIBILITY ANALYSIS OF OPENING NEW U.D JAYA BARU STORE IN
KABUPATEN TEMANGGUNG REVIEWED FROM MARKET ASPECTS,
TECHNICAL ASPECTS, AND FINANCIAL ASPECTS***

Muhammad Hasbi¹, Ir Budi Praptono, M.M², Bobby Hera Sagita, S.E.,M.M.³

^{1,2,3} Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
mardar007@gmail.com, budipraptono35@gmail.com, bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

UD Jaya Baru adalah sebuah usaha dagang yang bergerak dalam bidang makanan ringan buatan rumahan. Beberapa makanan ringan yang dijual di UD Jaya Baru adalah makanan ringan yang terbelang khas dari daerah setempat, seperti stick talas, balok, marning, grubi, kacang kacang gober, dan lain lain. UD Jaya Baru berdiri pada 2 Februari 2013, PRIT Dinas kesehatan 4 Maret 2015, Penetapan SIUP/TDP 25 Mei 2016, dengan pendirinya yaitu Bapak Hartadi. Dengan melihat prospek dunia makanan ringan yang berkembang khususnya di Kabupaten Temanggung, maka dibukalah UD Jaya Baru ini. UD Jaya Baru tergabung dalam "himpunan pelaku usaha pangan industri rumah tangga" KARYA MAKMUR, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

Himpunan pelaku usaha pangan industri rumah tangga KARYA MAKMUR sendiri merupakan kelompok usaha produksi makanan ringan yang memproduksi makanan kecil olahan skala rumahan, dengan produk makanan kecil khas daerah setempat yaitu Kabupaten Temanggung, dan sekitarnya, dimana sebagian besar anggotanya dapat digolongkan sebagai keluarga berpendapatan menengah kebawah, yang sebagian berprofesi sebagai petani, khususnya petani tembakau.

Dengan hal diatas maka diputuskan untuk membuat gerai baru dari U.D Jaya Baru sebagai salah satu cara memfasilitasi, dan lebih mensejahterakan anggota kelompok KARYA MAKMUR yang sebagian diisi oleh keluarga berlatar belakang menengah kebawah, dan disisi lain sebagai salah satu cara menjaga bisnis keluarga yang telah berjalan, dan diharapkan kedepannya usaha ini bisa lebih berkembang dari sebelumnya.

Kata Kunci: UD Jaya Baru, Analisis Kelayakan, Makanan ringan

Abstract

UD Jaya Baru is a trading business that is engaged in home-made snacks. Some snacks sold at UD Jaya Baru are snacks that are fairly typical of the local area, such as stik talas, balok, marning, grubi, kacang gober, and others. UD Jaya Baru was established on 2 February 2013, PRIT Health Office 4 March 2015, Establishment of SIUP / TDP 25 May 2016, with its founder, Mr. Hartadi. By seeing the prospect of a developing snack world, especially in Temanggung Regency, UD Jaya Baru was opened. UD Jaya Baru is incorporated in the "association of household industrial food businesses "Karya Makmur", Temanggung Regency, Central Java.

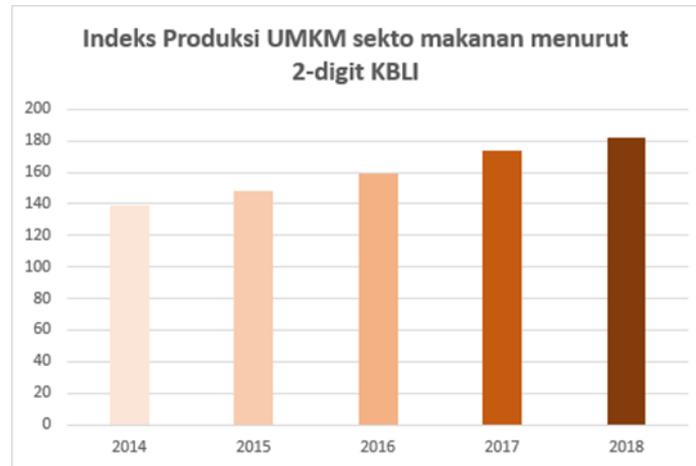
Karya Makmur itself is a snack food production business group that produces home-based small-scale processed snacks, with local specialty food products from Temanggung Regency, and surrounding areas, where most of its members can be classified as lower middle income families, some of which work as farmers, especially tobacco farmers.

With the above, it was decided to create a new outlet from UD Jaya Baru as a way of facilitating, and more prosperous members of the KARYA MAKMUR group, partly filled by families with lower middle-class backgrounds, and on the other hand as one way to keep the family business that has been running, and hopefully in the future this business can be more developed than before.

Keywords: UD Jaya Baru, snacks, Feasibility Analysis

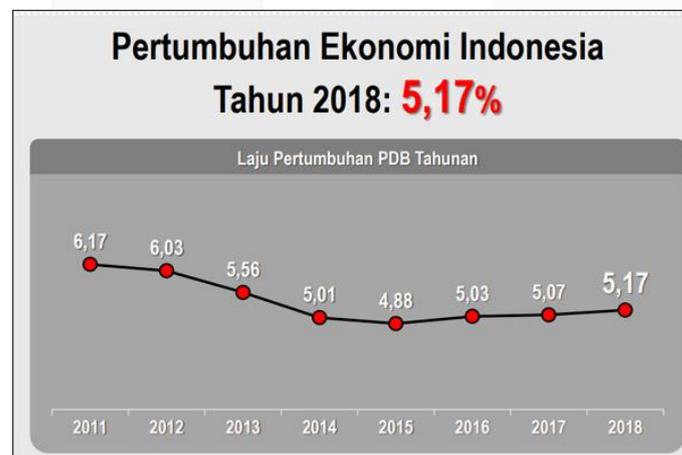
1. Pendahuluan

Indonesia terkenal dengan Negara dengan tingkat konsumsi makanan ringan atau cemilan yang tinggi dibanding negara sekitar, terbukti dengan meningkatnya pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang makanan dari kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa pasar terhadap makanan khususnya makanan ringan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.



Gambar 1 Indeks Produksi UMKM sektor makanan menurut KBLI
(Sumber : Badan Pusat Statistik)[1]

Berkembangnya industri rumahan dalam bidang makanan ringan, juga dapat dipengaruhi pola konsumtif masyarakat Indonesia terhadap makanan kecil/camilan dimana budaya nongkrong atau berkumpul di masyarakat masih sering dilakukan dan dijumpai. Tentu saja kegiatan ini akan ditemani oleh makanan ringan/ camilan, beserta kopi atau teh. Budaya atau kebiasaan inilah yang membuat tingkat konsumsi terhadap camilan meningkat setiap tahunnya, berbanding lurus dengan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia, yang tentu saja berpengaruh terhadap tingkat pendapatan per kapita. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ini mengalami peningkatan sejak tahun 2016. Berikut grafik pertumbuhan ekonomi Indonesia terhadap PDB tahunan.



Gambar 2 Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2018
(Sumber : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190207/9/886406/>)[2]

UD Jaya Baru adalah usaha dagang yang bergerak dalam bidang makanan ringan buatan rumahan. Makanan ringan yang dijual dari UD Jaya Baru adalah makanan ringan yang terbilang khas dari daerah setempat yaitu kota temanggung, seperti kuping gajah, stick talas, balok, marning, unthuk cacing, dan lain lain. UD Jaya Baru berdiri pada 2 Februari 2013, PRIT Dinas kesehatan 4 Maret 2015, Penetapan SIUP/TDP 25 mei 2016, dengan pendirinya yaitu Bapak Hartadi. Dengan melihat prospek dunia makanan ringan yang berkembang khususnya di Kabupaten Temanggung, maka dibukalah UD Jaya Baru ini. UD Jaya Baru tergabung dalam “himpunan pelaku usaha pangan industri rumah tangga” KARYA MAKMUR, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

UD Jaya Baru mengalami penurunan penjualan pada kurun waktu 2017 pertengahan hingga pertengahan tahun 2018, dikarenakan berkurangnya jumlah *saleman* yang bekerja pada UD Jaya Baru, sehingga penjualan menurun sangat drastis yang berimbas pada penuruna keuntungan perusahaan sehingga mau tidak mau harus memilih solusi untuk mengembalikan keuangan atau bahkan lebih baik dari periode sebelumnya. Selain itu, pembukaan gerai baru ini diharapkan dapat menambah lapangan kerja pada kelompok usaha makan ringan yang sudah di rangkul dan dibina, yaitu kelompok Karya Makmur sehingga tujuan dari perusahaan selain finansial atau dapat dikatakan memperbesar margin pendapatan dapat tercapai, yaitu mensejahterakan anggota kelompok usaha dengan pembelian produk makanan ringan non merek tanpa menurunkan harga jual terlalu rendah dan memfasilitasi produk dari pihak dari kelompok usaha terkait. Dan apabila bisnis ini dinyatakan layak, maka output dari penelitian ini akan digunakan penulis untuk membuka gerai baru sebagai bisnis utama yang akan dijalankan.

Penelitian ini dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Ditinjau dari bidang akademis dan bidang praktisi. Kegunaan penelitian ini di antaranya:

1. Bagi Teoritis

Hasil penelitian mengenai analisis kelayakan pembukaan gerai Baru U.D Jaya Baru ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen bisnis yang saat ini sedang berkembang. Beberapa hasil analisis yang didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat berguna untuk bahan pertimbangan pengambilan keputusan investasi gerai baru yang di lakukan oleh pemilik U.D Jaya Baru.

2. Dasar Teori

2.1. Net Present Value

Net Present Value adalah Selisih antara present value aliran kas bersih atau sering disebut juga dengan proceed dengan present value Investasi. (Sartono 2010, hal. 195), [3]

Rumusan untuk menghitung NPV adalah

$$NPV = PV \text{ Benefit} - PV \text{ Cost} \dots\dots\dots (II.1)$$

$$NPV = \sum_{n=0}^N (R_n - D_n) \left(\frac{P}{F}, i\%, n\right) \dots\dots\dots (II.2)$$

R_n : arus kas bersih pada periode ke n

p/f : *p/f factor*

I : *interest*

n : periode n

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

1. Jika $NPV > 0$, investasi diterima
2. Jika $NPV < 0$, investasi ditolak
3. Jika $NPV = 0$, kemungkinan investasi diterima

$NPV > 0$ berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash inflow* dengan presentase lebih besar daripada *opportunity* modal yang ditanamkan. Apabila $NPV = 0$, proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash flow* yang diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal. Jadi, semakin besar NPV maka akan semakin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan (Husnan, 2002, hal. 209).[4]

2.2. Internal Rate of Return

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal (Umar, 2005, hal. 198).[5]

Rumus:

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CFt}{(1 + IRR)^t}$$

Di mana:

t : tahun ke

n : jumlah tahun

I₀ : nilai investasi awal

CF : arus kas bersih

IRR : tingkat bunga yang dicari harganya

Secara simbolik dapat dikatakan bahwa IRR merupakan tingkat bunga i% yang mengakibatkan :

$$PW \text{ of Benefit} = PW \text{ of Cost} \dots\dots\dots (II.3)$$

$$\sum_{n=0}^N Rn(\frac{P}{F}, i\%, n) = \sum_{n=0}^N Dn(\frac{P}{F}, i\%, n) \dots\dots\dots (II.4)$$

p/f : p/f factor

i : interest (bunga bank)

Rumus IRR yang digunakan

$$IRR = i1 + \frac{PV(i2-i1)}{PVpositif+PVnegatif} \dots\dots\dots (II.5)$$

PV : nilai present value pada periode T

Untuk menilai kelayakan suatu proyek berdasarkan IRR, kita akan membandingkan nilai IRR dengan MARR (Minimum Atractive Rate of Return). Maka jika diasumsikan suku bunga kredit sebesar 6% dan inflasi sebesar 3.3% maka didapatkan

$$\begin{aligned} MARR &= [(1+i)x(1+f)] - 1 \\ &= [(1+0.11)x(1+0.04)]-1 \\ &= 0.136 \text{ atau dapat dibulatkan menjadi } 14\% \end{aligned}$$

Dengan ketentuan jika :

IRR > MARR, maka investasi diterima

IRR < MARR, maka investasi ditolak .

2.3. Payback Period

Rumus:

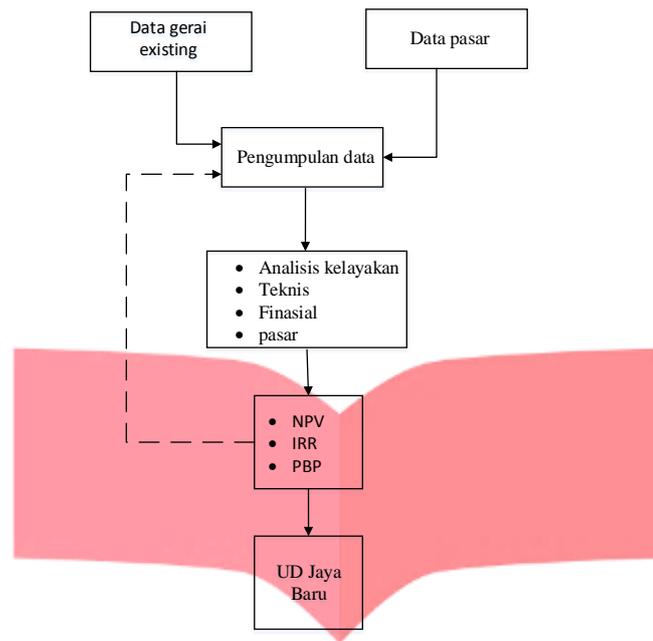
$$Payback \ Period = \frac{Nilai \ Investasi}{Kas \ Masuk \ Bersih} \times 1 \ \text{tahun}$$

$$Payback \ Period = (Nilai \ Investasi) / (Kas \ Masuk \ Bersih) \times 1 \ \text{tahun}$$

Kriteria penilaian:

Jika payback period lebih pendek waktunya dari maximum payback period-nya maka usulan investasi diterima. Metode ini cukup sederhana sehingga mempunyai kelemahan. Kelemahan utamanya yaitu metode ini tidak memperhatikan konsep nilai waktu dari uang di samping juga tidak memperhatikan aliran kas masuk setelah payback. Jadi pada umumnya metode ini digunakan sebagai pendukung metode lain yang lebih baik (Umar, 2005, hal. 197).[6]

2.4. Metode Konseptual



Gambar 3 Model Konseptual

Dari gambar 5 dapat dilihat bahwa peneliti menggunakan metode analisis kelayakan, dan npv, irr dan pbp yang nantinya akan menghasilkan informasi berupa layak atau tidaknya bisnis ini dilakukan.

Parameter investasi tersebut berupa NPV, IRR, dan PBP. Selain itu, adapun pertimbangan lain seperti analisis sensitivitas menjadi pertimbangan tambahan bagi perusahaan dalam menginvestasikan usahanya.

3. Pembahasan

3.1. Aspek Pasar

Untuk mengetahui ramalan permintaan (*demand*) dan pendapatan perusahaan dalam tahun-tahun ke depan maka harus dilakukan pengolahan data berdasarkan kuesioner yang telah disebar. Lewat kuesioner yang telah disebar, maka dapat diketahui seberapa besar pasar tersedia, pasar potensial, dan pasar sasaran dari pembukaan gerai baru UD Jaya Baru .

1. Variabel ketertarikan terhadap produk UD Jaya Baru dijadikan sebagai variabel penentu pasar potensial. Responden yang menjawab tertarik diklasifikasikan sebagai pasar potensial sedangkan sisanya diklasifikasikan sebagai pasar tidak potensial. Dari hasil perhitungan frekuensi, didapatkan hasil bahwa dari total 100 orang responden, 96% tertarik terhadap produk UD Jaya Baru .
2. Pasar tersedia untuk pembukaan gerai baru UD Jaya Baru diperoleh 96 orang dari total 100 orang responden atau 96% dari jumlah keseluruhan sampel yang ada sebagai pasar tersedia produk UD Jaya Baru. Dilihat dari adanya perbedaan persentase pasar potensial (96%) dibandingkan dengan pasar tersedia (92%), ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasar menerima kehadiran dari produk UD Jaya Baru .
3. Pengertian dari pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang akan dimasuki oleh perusahaan sesuai dengan kesiapan dan kebijakan perusahaan. Pasar sasaran ditentukan sebesar 12%, melihat dari rekam jejak gerai *existing* dan berdasarkan wawancara dengan owner UD Jaya Baru.

3.2. Aspek Teknis

1. Evaluasi Kapasitas Produksi

Dengan menggunakan peralatan produksi yang dimiliki UD Jaya Baru, secara matematis UD Jaya Baru mampu memproduksi 174 bungkus *snack* dalam sehari sekali dalam seminggu berdasarkan peramalan *demand* yang telah dilakukan. Dengan melihat besarnya pasar sasaran yang dimiliki oleh perusahaan maka angka penjualan mencapai 6260 pada 2019 sangat mungkin untuk dicapai atau bahkan dapat lebih dari peramalan *demand* tersebut.

2. Evaluasi *Layout* Bangunan

Layout bangunan operasional UD Jaya Baru terdiri dari 1 lantai. Terdiri dari 3 ruangan yaitu ruangan penjualan, ruangan *packaging* dan penyimpanan, dan kamar mandi. Ruangan tersebut didesain sedemikian rupa agar kerja dari karyawan menjadi optimal dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

3. Evaluasi Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia memiliki peran penting pada berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pada tahun pertama telah ditetapkan para *stakeholder* yang terlibat dalam proses operasional terdiri dari 4 orang, 1 orang kasir, 2 orang karyawan pembungkus, dan 1 orang karyawan kurir. Masing-masing posisi memiliki *job description* serta tanggung jawab yang berbeda-beda. Dengan mempertimbangkan kapasitas produksi dan peramalan *demand* yang telah dilakukan, maka dapat dipenuhi dengan jumlah karyawan sebanyak di atas.

3.3 Aspek Finansial

1. Harga Jual Produk

Harga jual makanan ringan UD Jaya Baru paling murah berada pada Rp 13,000,- sementara paling mahal berada pada Rp 40,000,-, ditentukan besar margin keuntungan sebesar 80% dari pembelian.

2. Estimasi Pendapatan

Total penjualan produk diperoleh dari perkalian jumlah penjualan masing-masing produk di tahun pertama dengan harga jual tiap produknya di tahun yang sama yaitu sebesar Rp401,263,949,- Sementara untuk tahun-tahun berikutnya peningkatan pendapatan diasumsikan berdasarkan kenaikan jumlah penduduk pertahunnya yaitu sebesar 1,5% dan juga berdasarkan meningkatnya harga satuan produk setiap tahunnya karena kenaikan inflasi sebesar 3,3%.

Dari hasil perhitungan proyeksi pendapatan, pada tahun pertama pendapatan yang diperoleh adalah sebesar Rp401,263,949,-. Dan pada tahun-tahun berikutnya proyeksi pendapatan terus mengalami peningkatan.

3. Analisis Laba Rugi

Diperkirakan *profit* yang didapatkan oleh UD Jaya Baru akan terus meningkat dengan asumsi kenaikan biaya operasional, *sales* dan *marketing*, serta gaji karyawan sekitar 3,3% pertahun.

4. Analisis Kelayakan

Dari hasil perhitungan *Net Present Value* yang berasal dari nilai uang saat ini dari penerimaan dikurangi dengan nilai uang saat ini dari biaya periode waktu investasi yang berjalan yaitu 5 tahun, diperoleh NPV sebesar Rp423,238,582 Karena nilai NPV di akhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi, pembukaan gerai baru UD Jaya Baru ini layak untuk dijalankan.

Tabel 1 NPV Kumulatif

Tahun	NPV Kumulatif
2018	Rp(31,789,690)
2019	Rp43,011,000
2020	Rp125,399,170
2021	Rp215,875,306
2022	Rp314,968,619
2023	Rp423,238,582

5. Analisis Internal Rate of Return (IRR)

IRR merupakan salah satu faktor penting untuk menentukan kelayakan suatu proyek bisnis. Tingkat IRR yang dicapai untuk periode investasi 5 tahun adalah 58.38%. Tingkat IRR 58.38% berarti bahwa proyek atau bisnis ini memberikan laju keuntungan sebesar 58.38% per tahun. Dimana angka IRR ini lebih besar jika dibandingkan dengan MARR (Minimum Attractive Rate of Return) yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan oleh pemilik usaha UD Jaya Baru yaitu 14%. Dikarenakan nilai IRR lebih besar daripada nilai MARR maka pembukaan gerai baru UD Jaya Baru ini dapat dinyatakan layak untuk dijalankan.

6. Analisis Payback Period (PBP)

Analisis *payback period* digunakan untuk menentukan waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian investasi awal. Dengan menggunakan estimasi *cash flow* didapat *payback period* selama 0,478 tahun sejak bisnis ini dijalankan.

7. Analisis Sensitivitas

Penelitian ini telah ditentukan akan menghitung sensitivitas dari perubahan naiknya biaya investasi, biaya operasional, biaya bahan baku, turunnya harga jual, dan jumlah pelanggan terhadap penilaian kelayakan investasi (NPV, IRR, dan PBP).

Bisnis ini sensitif terhadap perubahan biaya bahan baku, jumlah pelanggan, dan harga jual.

Tabel 2 sensitivitas kenaikan biaya bahan baku

Kenaikan Biaya Bahan Baku	NPV	IRR	PBP	MARR
awal	Rp 423,238,582	34.87%	0.748	14%
10%	Rp 304,238,571	39.60%	0.683	
20%	Rp 185,238,560	23.28%	1.138	
30%	Rp 66,238,549	8.78%	2.995	

Tabel 3 sensitivitas penurunan harga jual

Penurunan Harga Jual	NPV	IRR	PBP	MARR
awal	Rp 423,238,582	34.87%	0.748	14%
10%	Rp 241,713,164	33.95%	0.789	
15%	Rp 150,950,454	21.83%	1.209	
20%	Rp 60,187,745	9.61%	2.718	

Tabel 4 sensitivitas jumlah pelanggan

Penurunan Jumlah Pelanggan	NPV	IRR	PBP	MARR
awal	Rp 423,238,582	34.87%	0.748	14%
10%	Rp 241,713,164	33.95%	0.789	
15%	Rp 150,950,454	21.83%	1.209	
20%	Rp 60,187,745	9.61%	2.718	

4. Kesimpulan

Hasil dari penelitian Analisis Kelayakan Pembukaan Gerai Baru UD Jaya Baru ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pembukaan Gerai Baru UD Jaya Baru sudah dianggap layak karena memproyeksikan dari beberapa aspek yang ada. Untuk kapasitas produksi, dalam satu hari sekali setiap minggunya sebanyak 1722 *pack*, diperkirakan sudah dapat memenuhi permintaan pasar yang ada. Sementara itu, lokasi pembukaan gerai baru ditentukan berada di daerah Parakan, dengan pertimbangan ruko yang sebelumnya telah dimiliki berada di lokasi yang strategis di daerah Parakan, kemudian lokasi ini belum termasuk daerah peredaran produk UD Jaya Baru existing yang bertempat di daerah Temanggung. *Layout* bangunan telah dirancang efektif dan efisien untuk kenyamanan pekerja dan pengunjung.

Dalam penelitian ini, aspek finansial yang dihitung meliputi kebutuhan dana investasi, proyeksi pendapatan, biaya operasional, proyeksi pendapatan, *cashflow*, dan neraca untuk menilai tingkat investasi seperti NPV, IRR, dan PBP. Periode dalam pembuatan proyeksi keuangan ditetapkan selama 5 tahun. Berikut adalah hasil perhitungan tingkat investasi gerai baru UD Jaya Baru:

- NPV : Rp423,238,582,-
- IRR : 58,38%
- PBP : 0,478 tahun

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas pada perubahan biaya operasional, biaya investasi, biaya bahan baku, harga jual, dan jumlah pelanggan terhadap penilaian kelayakan investasi (NPV, IRR, PBP), dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling berpengaruh besar pada kelayakan investasi adalah penurunan harga jual dan penurunan jumlah pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Temanggung 2017

Dindukcapil.temanggungkab.go.id/data/jumlah_penduduk

Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. (2005). *Studi Kelayakan Proyek, Edisi 4*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.

Ibrahim, Yacob. (1998). *Studi Kelayakan Bisnis, Cetakan Pertama*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kasmir, S.E., dan Jakfar, S.E.,M.M. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 2*. Jakarta: Prenada Media Group.

Suliyanto, (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umar, Husein. (2001). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sartono, Agus (2010). *Menejemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4*. Yogyakarta: BPF