

**PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN BISNIS
COFFEE SHOP BIKININ KOPI DI KARAWANG DITINJAU DARI ASPEK PASAR,
ASPEK TEKNIS, DAN ASPEK FINANSIAL**

**THE FEASIBILITY ANALYSIS OF BIKININ COFFEE BUSINESS DEVELOPMENT
IN KARAWANG ASSESSED FROM MARKET, TECHNICAL, AND FINANCIAL
ASPECT**

Rizki Maliqal Mulqi¹, Nanang Suryana², Meldi Rendra³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

¹rizkimaliqal mulqi@telkomuniversity.ac.id, ²nanangsuryana@telkomuniversity.co.id,

³meldirendra@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Bikinin Kopi merupakan sebuah *coffee shop* yang menyediakan berbagai jenis minuman dan makanan. Bikinin Kopi membuka toko pertama di Jl. Pakuncen No.2, Sukaharja, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Berdasarkan permintaan pasar yang ada, pemilik berkeinginan untuk membuka cabang baru yang lebih besar dan mengembangkan bisnisnya pada lokasi yang lebih strategis yaitu di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. [Tugas akhir](#) ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi di Karawang dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, dan analisis sensitivitas. Penentuan aspek pasar dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 139 responden yang berada di daerah Kabupaten Karawang dengan rentang usia 15-34 tahun. Dari kuisioner tersebut diperoleh informasi mengenai pasar potensial, pasar tersedia, pasar sasaran, *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix*. Sedangkan untuk aspek teknis dan aspek finansial berdasarkan data sekunder didapat dari berbagai sumber. Hasil penyebaran kuisioner menunjukkan persentase pasar potensial sebesar 89,2%, pasar tersedia 94,2% dan pasar sasaran membidik 0,23% dari pasar tersedia. Hasil dari perhitungan finansial menunjukkan nilai NPV untuk periode 2022-2026 adalah Rp115.808.301~~6.065.913~~, presentase nilai IRR sebesar 37%, dan PP ~~2,4599002018~~ ~~5,591~~ atau 2 tahun ~~89~~ bulan. Persentase MARR sebesar 9,82% lebih besar dari IRR dan NPV bernilai positif. Dari parameter tersebut menunjukkan bahwa pembukaan cabang baru Bikinin Kopi di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang dinyatakan layak. Pada perhitungan sensitivitas, batas tingkat sensitivitas pada kenaikan biaya bahan baku sebesar 28,19~~3,42~~%, biaya operasional sebesar 51,27~~22,31~~%, kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 41,36~~18,97~~%, penurunan permintaan sebesar 9,14~~4,27~~% dan penurunan harga sebesar 9,05~~4,26~~%, sehingga antara kelima indikator yang paling sensitif adalah penurunan harga.

Kata kunci: *analisis kelayakan, pengembangan bisnis, aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial.*

Abstract

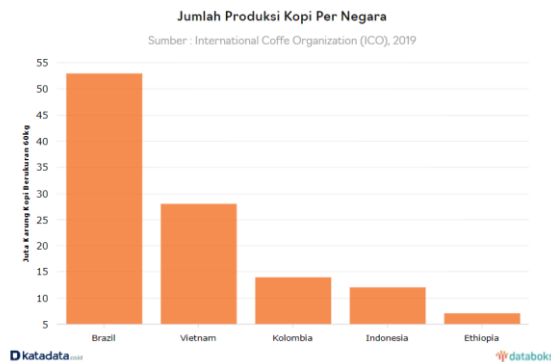
Bikinin Kopi is a coffee shop in the culinary field, especially drinks with various types of beverage concepts. Bikinin Kopi opened its first store on Jl. Pakuncen No.2, Sukaharja, Kec. Telukjambe Timur, Karawang Regency, West Java 41361. Due to the high market demand, the owner intends to open a new larger branch in a more strategic location that is on Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, East Telukjambe District, Karawang Regency. This research aims to analyze the feasibility of the business opening of Bikinin Kopi coffee shop branch in Karawang based on market aspects, technical aspects, financial aspects, and sensitivity analysis. Determination of market aspects was done by disseminating questionnaires to 139 respondents located in Karawang, especially around the location of new branch with the age range of 15-34 years. From the questionnaire obtained information about potential markets, available markets, target markets, segmenting, targeting, positioning, and marketing mix. As for the technical and financial aspects were obtained from secondary data with various sources. The results of the questionnaire showed a potential market percentage of 89,2%, the available market 94.2% and the target market targeting 0,23% of the available market. The result of financial calculation showed the NPV value for the period 2022-2026 was IDR 115.808.301~~6.065.913~~, the percentage of IRR value was 37%, and PP ~~2,459901218591~~ or 2 years ~~89~~ months. MARR percentage was 9,82% greater than IRR and NPV which was positive. From these parameters indicated that the opening of the new branch Bikinin Coffee on Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya,

East Telukjambe District, Karawang Regency was declared eligible. In the sensitivity calculation, the sensitivity level limit of rising raw material costs by 28,19%, operational costs by 51,27%, increase in labor costs by 41,36%, decrease in demand by 9,14% and decrease in prices by 9,05%, so that among the five indicators, the most sensitive indicator was price declines.

Keywords: *feasibility analysis, business development, market aspects, technical aspects, financial aspects.*

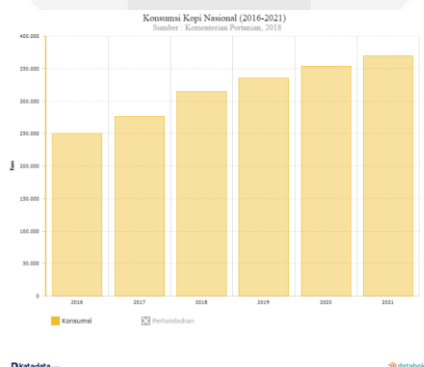
I. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbanyak keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia dengan total produksi 12 juta karung kopi berukuran 60 kg pada rentang tahun 2013 sampai 2018, terhitung sekitar 700 ribu ton per tahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia menurut laporan *International Coffee Organization* dalam *Coffee Development Report 2019* seperti yang terlihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Jumlah Produksi Kopi Per Negara
(Sumber: katadata.co.id, 2020)

Kekayaan alam yang melimpah dengan berbagai wilayah subtropis dan tropis, menjadi keunggulan Indonesia dalam membudidayakan kopi terbaiknya. Tentu saja ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk terus berkompetisi di industri kopi dalam mendorong perputaran roda ekonomi Indonesia. Hal ini selaras dengan pernyataan Menperin dalam siaran pers kemenperin.go.id (2020) yang menyebutkan bahwa kopi mempunyai peran yang cukup penting sebagai salah satu komoditi hasil perkebunan dalam meningkatkan kegiatan perekonomian di Indonesia, dimana kopi berjenis Arabika dan Robusta masih menjadi andalan produk komersial. Menurut Organisasi Kopi Internasional (2019), produksi kopi Arabika dan Robusta secara global meningkat 65% selama lebih dari dua dekade. Dalam waktu yang sama, konsumsi domestik negara-negara produsen juga mengalami pertumbuhan yang lebih cepat daripada konsumsi di pasar ekspor. Dilansir dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian, Indonesia diprediksi mengalami kenaikan pertumbuhan yang positif perihal konsumsi kopi nasional dari tahun ke tahun dengan rata-rata kenaikan sebesar 8,22% per tahun di sepanjang periode 2016-2021 seperti pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021

(Sumber: Katadata.co.id, 2020)

Seiring dengan bertambahnya tingkat konsumsi kopi nasional tersebut, Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasmita pada saat *International Coffee Day 2020* yang tertulis dalam siaran pers kemenperin.go.id (2020) mengungkapkan bahwa meminum kopi kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia dimana kebutuhan akan kopi tidak lagi hanya sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk, terutama untuk generasi *millennial*. Tingginya konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari tren pertumbuhan kedai kopi kekinian beberapa tahun ke belakang yang mendorong anak muda untuk berkunjung dan menikmati nikmatnya sajian minuman kopi. Laporan hasil riset Toffin bersama majalah Mix menunjukkan adanya kenaikan jumlah gerai kopi di Indonesia secara signifikan dalam tiga tahun terakhir dimana pada tahun 2019 mencapai lebih dari 2950 gerai meningkat hampir 3 kali lipat dibanding tahun 2016 yang hanya sekitar 1.083 gerai. Maka dari itu, bisnis kedai kopi di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat seiring naiknya konsumsi kopi domestik di Indonesia (Toffin Indonesia, 2020). Hal ini diperkuat dengan adanya kenaikan pertumbuhan rata-rata konsumsi bahan minuman kopi perkapita seminggu di Indonesia sebanyak 2,3% dari tahun 2018 ke tahun 2019 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada Tabel I.1 berikut.

Tabel I. 1 Rata-rata Konsumsi Bahan Minuman Perkapita Seminggu.
(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020)

Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman di Indonesia (Satuan Komoditas)			
Bahan Minuman	Tahun		Pertumbuhan
	2018	2019	
Kopi	103.767,86	106.183,29	2,3%
Teh	729.019,91	726.714,30	-0,3%
Gula	715.010,08	680.811,56	-4,8%
Bahan lainnya	1,42	2,06	45%

Bikin Kopi merupakan salah satu kedai kopi atau *coffee shop* di Karawang yang banyak dikunjungi para penikmat kopi khususnya anak muda sejak tahun 2018 di Jl. Pakuncen No.2, Sukaharja, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Mengusung konsep modern dengan konsep *Open Bar Design* dalam menyajikan berbagai minuman kopi berkualitas, Bikin Kopi memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Selain itu, penggunaan biji kopi Arabika berkualitas yang diekstrak menjadi kopi kental bernama *espresso* menjadi bahan andalan dalam memodifikasi jenis-jenis minuman kopi seperti es kopi bikin, es kopi *cocopandan*, es kopi *coconut* dan lain-lain. Target pasar kedai Bikin Kopi merupakan kalangan muda hingga dewasa yang ingin menikmati sedapnya sajian minuman kopi, *non-coffee* dan makanan untuk *nongkrong*, mengerjakan tugas, berkumpul bersama teman, dan lainnya dengan tersedianya fasilitas tempat yang nyaman. Bagi yang ingin melakukan pemesanan secara *online* dari rumah juga dapat dilakukan dengan memesan produk Bikin Kopi melalui aplikasi seperti Gojek atau Grab dimana pesanan akan disiapkan dalam keadaan baik dan dapat diterima dengan baik juga oleh pelanggan.

Melihat potensi yang ada, pemilik *coffee shop* Bikin Kopi berkeinginan untuk mengembangkan usaha dengan membuka cabang kedua yang berlokasi di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Lokasi ini dipilih dikarenakan dekat dengan dua perguruan tinggi dan dua SMA yaitu Universitas Singaperbangsa Karawang, Universitas Buana Perjuangan dan SMA Negeri 1 Telukjambe Timur yang menjadi potensi calon konsumen terdekat dengan perkiraan jumlah calon pembeli sebanyak 26.127 orang. Lokasi tersebut juga berdekatan dengan area perumahan dan perbelanjaan daerah Galuh Mas Karawang. Terlebih lagi di daerah tersebut hanya terdapat 1 pesaing *coffee shop* sehingga memungkinkan untuk dilakukan pembukaan cabang baru.

Untuk menunjang rencana pembukaan cabang kedua tersebut, diperlukan perhitungan dan perencanaan yang tepat dengan mengukur nilai kelayakan bisnisnya agar investasi yang dikeluarkan tidak menjadi sia-sia dan bisnis dapat berjalan dengan baik serta menguntungkan. Oleh karena itu, akan diadakan pembahasan secara mendalam terkait perancangan dan analisis kelayakan pengembangan bisnis *coffee shop* Bikin Kopi yang akan dibuka di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial dan analisis sensitivitasnya sehingga diharapkan dapat berguna bagi pemilik dalam menentukan keputusan pengembangan bisnis kedepannya.

II. Dasar Teori

II.1 Studi Kelayakan

Studi kelayakan adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan. Ide bisnis ini memiliki bermacam macam bentuk, diantara lain (Subagyo, 2007, hal.7):

1. Pendirian usaha baru.
2. Pengembangan usaha yang sudah ada, seperti merger, penambahan pemodal, pergantian teknologi, pembukaan kantor baru, cabang, perwakilan, dan sebagainya.
3. Pembelian perusahaan dengan akuisisi.

Dalam studi kelayakan mesti dilakukan penyesuaian dengan tujuan dan kepentingan seperti, untuk apa dilakukan studi kelayakan dibuat. Dalam sistematika penyusunan studi kelayakan sudah ditentukan oleh pihak yang membutuhkan dan kepentingan dengan hasil studi kelayakan tersebut. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah suatu proyek akan mendatangkan keuntungan atau kerugian, dengan kata lain yaitu memperkecil tingkat resiko kerugian dan memastikan bahwa investasi yang akan dilakukan memang menguntungkan. Sehingga dapat disimpulkan studi kelayakan direkomendasikan bahwa jika bisnis ini dikerjakan tidak layak, dapat diambil keputusan untuk dihentikan bisnis tersebut, jika tetap ingin di lanjutkan maka mesti dilakukan perbaikan berdasarkan aspek-aspek yang dinilai tidak layak untuk meminimalkan risiko kegagalan dan kerugian yang dapat dikendalikan dan diminimalkan sekecil mungkin.

II.2 Aspek Analisis Kelayakan Bisnis

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, Namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada saat salah satu aspek saja. Penilaian ini dilakukan untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya (Kasmir & Jakfar, 2004, hal.11). Tingkat kerumitan, kedalaman, dan kompleksitas studi kelayakan bergantung pada objek kajian studi itu sendiri. Penilaian masing-masing aspek nantinya harus dinilai secara keseluruhan bukan berdiri sendiri-sendiri. Jika aspek yang kurang layak akan diberikan beberapa saran perbaikan, sehingga memenuhi kriteria layak dan apabila tidak dapat memenuhi kriteria tersebut sebaiknya jangan dijalankan.

II.2.1 Aspek Pasar

Aspek Pasar dalam studi kelayakan bisnis yaitu membahas tentang besarnya permintaan, penawaran, dan harga. Selama dilakukannya permintaan dan penawaran dengan menggunakan metode proyeksi selama beberapa tahun ke depan yang memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar, sehingga tidak terjadi kelebihan produksi yang dapat menurunkan harga (Rangkuti, 2012, hal.4). Kesimpulannya terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa. Dalam penentuan pasar ada beberapa kriteria pasar yang harus diukur untuk penentuan target pasar, yaitu (Purwana, 2016). :

1. Pasar Potensial adalah jenis pasar dimana konsumen memiliki ketertarikan tertentu terhadap penawaran pasar.
2. Pasar tersedia adalah jenis pasar dimana konsumen mempunyai keminatan, pendapatan, akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar.
3. Pasar Sasaran adalah jenis pasar yang tersedia memenuhi syarat yang diputuskan oleh perusahaan untuk dikejar.

Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjualan bertemu. Kesimpulannya terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

II.2.2 Aspek Teknis

Dalam menyusun studi kelayakan bisnis aspek teknis perlu dipertimbangkan dan diperhitungkan secara tepat dan benar karena kesalahan dalam menentukan aspek ini dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kegagalan. Tujuan studi kelayakan bisnis aspek teknis yaitu memastikan secara teknis tertentu rencana bisnis yang dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek maupun operasional rutin (Sobana, 2018, hal. 226). Aspek teknis membahas hal-hal yang langsung berhubungan dengan operasional usaha, seperti kapasitas produksi, teknologi yang digunakan, skala produksi, proses produksi, lokasi, tata letak, penjadwalan, serta pengaturan tingkat persediaan.

II.2.3 Aspek Finansial

Menurut Kasmir dan Jakfar (2004, hal.7) aspek keuangan biasa digunakannya untuk menganalisis studi kelayakan bisnis adalah *payback period (PP)*, *net present value (NPV)*, dan *internal rate of return (IRR)*. Metode tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kinerja keuangan dari investasi yang akan dikeluarkan. Metode *NPV* dan *IRR* merupakan metode yang paling baik dalam memberikan gambaran profitabilitas suatu investasi, karena metode ini telah mempertimbangkan nilai waktu dari uang (*time value of money*).

II.3 Metode Analisis Kelayakan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa untuk menentukan layak tidaknya suatu investasi ditinjau dari aspek keuangan perlu dilakukan pengukuran dengan beberapa kriteria. Setiap penilaian layak diberikan nilai yang standar untuk usaha yang sejenis dengan cara membandingkan dengan rata-rata industri atau target yang telah ditentukan. Kriteria ini sangat tergantung dari kebutuhan masing-masing perusahaan dan metode mana yang akan digunakan. Adapun kriteria yang biasa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah:

1. *Payback period (PP)*.
2. *Average rate of return (ARR)*.
3. *Net present value (NPV)*
4. *Internal rate of return (IRR)*.
5. *Profitability index (PI)*.

Dalam hal ini penilaian suatu usaha hendaknya memiliki penilaian menggunakan beberapa metode sekaligus yang artinya semakin banyak metode yang digunakan, maka semakin memberikan gambaran yang akan lengkap sehingga diharapkan memberikan hasil yang akan diperoleh menjadi lebih sempurna.

II.3.1 Net present value (NPV)

Net present value adalah mengidentifikasi nilai r yang ditentukan berdasarkan biaya modal untuk mengetahui *cash flow* di masa yang akan datang. NPV merupakan jumlah dari *discounted cash flow* dari waktu ke waktu. Caranya yaitu dengan seluruh *net cash flow discount* dengan *discount rate* tertentu ke tahun (t) basis yang sama, yakni tahun Pada saat investasi dilakukan (Rangkuti, 2012, hal.8). Berikut merupakan rumus *net present value*, yakni :

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

di mana:

R_n = Arus kas masuk

D_n = Arus kas keluar

p/f = p/f faktor.

I = Interest

n = Periode n .

II.3.2 Internal rate of return (IRR)

Menurut Rangkuti (2012, hal.9) *Internal rate of return* itu sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang dari investasi dengan hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Patokan yang biasa dipakai sebagai acuan baik atau tidaknya *internal rate of return* biasanya suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibiayai sendiri. Penerapan nilai IRR juga harus semakin tinggi. Berikut merupakan rumus *internal rate of return* adalah:

$$IRR = if(x) = i1 + \frac{NPV1}{NPV1 + NPV2} x (i1 - i2)$$

di mana :

NPV1 = Hasil perhitungan NPV positif dengan suku bunga $i1$.

NPV2 = Hasil perhitungan NPV negatif dengan suku bunga $i2$.

$i1$ = Tingkat suku bunga pada saat NPV1 bernilai positif.

$i2$ = Tingkat suku bunga pada saat NPV2 bernilai negatif.

II.3.3 Payback period (PP)

Menurut Rangkuti (2012, hal.7) metode *payback period* disebut dengan metode *non-discounted cash flow*. Metode ini bertujuan untuk melakukan pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*). Berikut merupakan model perhitungan yang akan digunakan menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut :

$$Payback\ period = n + \left(\frac{0 - C1}{C2 - C1} \right)$$

di mana :

n = Tahun negatif.

C_1 = Arus kas sebelum investasi Kembali.

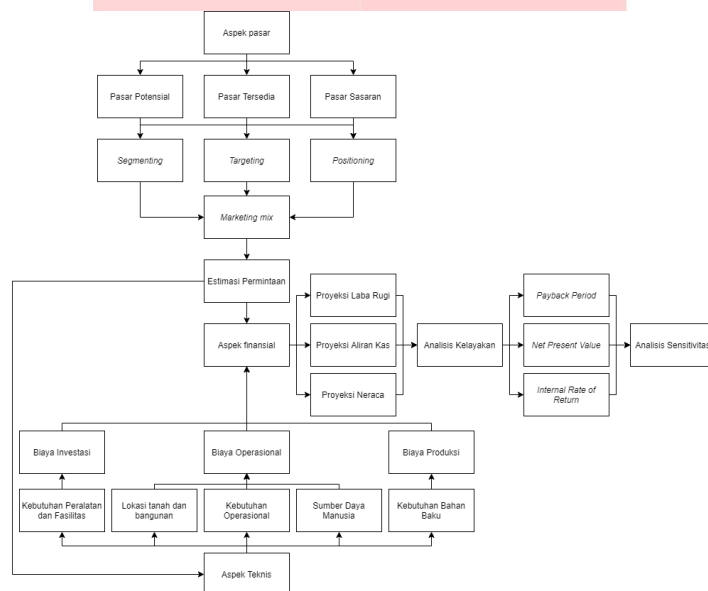
C_2 = Arus kas setelah investasi Kembali.

II.4 Analisis Sensitivitas

Menurut Rangkuti (2012, hal.12) analisis sensitivitas digunakan untuk menunjukkan bagian-bagian produksi yang peka dan memerlukan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan dan menguntungkan secara ekonomis. Tujuan ini dilakukan untuk mengetahui kemungkinan yang akan terjadi terhadap hasil analisis proyek bila ada suatu kesalahan atau perubahan terjadi dalam dasar asumsi perhitungan.

III. Model Konseptual

Dalam melakukan tugas akhir ini, dibutuhkan model konseptual sebagai gambaran untuk melihat keterkaitan hubungan antara teori dengan konsep yang digunakan dari permasalahan yang akan diteliti. Model konseptual juga digunakan untuk mengidentifikasi apa saja yang diperlukan dalam proses penyelesaian tugas akhir guna memberikan solusi dari semua permasalahan terkait.



Gambar III.1 Model konseptual

Analisis kelayakan dalam tugas akhir ini mengkaji kelayakan usaha pembukaan cabang ke-2 *coffee shop* Bikinin Kopi di daerah Karawang yang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Setelah melakukan peninjauan, selanjutnya dilakukan analisis kelayakan untuk mengidentifikasi kelayakan pengembangan bisnis tersebut. Jika usaha dinyatakan layak maka akan dilanjutkan dengan analisis sensitivitas.

Aspek pasar merupakan aspek awal yang akan dikumpulkan dan diolah datanya agar dapat menentukan estimasi permintaan selama periode 5 tahun ke depan. Setelah mendapatkan estimasi permintaan dari hasil kuisioner, estimasi permintaan memiliki tujuan untuk menentukan aspek teknis dibagian kebutuhan peralatan, kebutuhan operasional, sumber daya manusia serta menentukan jumlah kebutuhan bahan baku agar sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan. Selanjutnya, pada aspek teknis, akan diketahui alasan pemilihan lokasi tanah dan bangunan berdasarkan pertimbangan dari tingkat keramaian, biaya bangunan, ketetapan pemilik dan dekat dengan lokasi kota, serta kebutuhan-kebutuhan teknis lainnya. Aspek finansial didapatkan dari *output* aspek pasar serta aspek teknis, *output*

pada aspek pasar berupa estimasi permintaan dan pada *output* aspek teknis berupa biaya investasi, biaya bahan baku dan biaya operasional dan pada *output* aspek finansial berupa proyeksi laba rugi, proyeksi aliran kas, proyeksi neraca. Dari hasil laporan keuangan tersebut dapat dihitung kelayakan pembangunan usaha *coffee shop* Bikinin Kopi menggunakan perhitungan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate Return*) dan PP (*Payback Period*). Setelah dilakukan analisis kelayakan, selanjutnya akan dilakukan analisis sensitivitas yang terdiri dari nilai sensitivitas terhadap kenaikan bahan baku, kenaikan biaya operasional, kenaikan tenaga kerja langsung, penurunan permintaan dan penurunan harga jual.

IV. Pembahasan

IV.1 Aspek Pasar

a. Pasar Potensial, Tersedia, dan Sasaran

1) Pasar Potensial

Pasar potensial ditentukan berdasarkan variabel minat responden terhadap Bikinin kopi. Dari total 139 responden bahwa 124 atau 89,2% responden minat mengunjungi ke Bikinin kopi dan 15 atau 10,8% responden tidak berminat untuk mengunjungi Bikinin kopi. Dapat disimpulkan bahwa pasar potensial pada Bikinin kopi 89,2% dikalikan dengan jumlah populasi dari umur 15 – 34 tahun. Maka dari hasil perhitungan yang didapatkan adalah 743.348 calon konsumen.

2) Pasar Tersedia

Pada pasar tersedia dapat ditentukan sebagai responden yang memiliki minat atas kemampuan daya beli terhadap produk yang ditawarkan. Faktor kemampuan daya beli produk dinilai berdasarkan tingkat minat yang berhubungan dengan harga produk. Minat, kemampuan daya beli terhadap produk terhadap 139 responden mampu membeli produk yang akan ditawarkan oleh Bikinin kopi. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 131 atau 94,2% responden merupakan pasar tersedia yang dikalikan dengan populasi pasar potensial. Maka dari hasil perhitungan yang telah didapatkan bahwa pasar tersedia untuk Bikinin kopi sebesar 700.234 calon konsumen.

3) Pasar Sasaran

Pada pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang mempunyai syarat untuk dimasuki oleh perusahaan. Besaran pasar sasaran akan ditentukan oleh pihak manajemen sendiri dengan pertimbangan kemampuan perusahaan, kompetitor, alat-alat operasional, bahan baku, tenaga kerja dan lain-lain. Maka perusahaan akan membidik 0,23% pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk Bikinin kopi, sehingga pada tahun 2021 didapatkan estimasi permintaan 1611 calon konsumen yang akan berkunjung ke Bikinin kopi. Dari hasil kuisioner rata-rata pengunjung datang dalam 1 bulan 1 kali, sehingga jika dalam 1 tahun didapatkan calon konsumen sebanyak 19.332 orang.

IV.2 Aspek Teknis

Pengumpulan dan pengolahan data pada aspek teknis dengan cara wawancara, observasi serta estimasikan permintaan dari Bikinin Kopi. Hal yang mencakup dalam aspek teknis yaitu proses produksi, kapasitas produksi, peralatan, biaya investasi, lokasi, *layout*, jumlah tenaga kerja, analisis kebutuhan bahan baku dan kebutuhan dana yang akan dibutuhkan. Proses produksi dilakukan pada Bikinin kopi menggunakan *activity diagram* dan peta proses operasi. *Activity diagram* dibuat untuk melihat proses produksi yang dilakukan secara umum dengan melihat alur bisnis proses dari awal pemesanan sampai produk sampai di meja konsumen. Peta operasi dibuat untuk mengetahui waktu yang dibutuhkan pada masing masing produk dan beralas lama waktu persiapan untuk pembukaan toko dan waktu menutup toko Bikinin Kopi. Untuk mencari jumlah tenaga kerja langsung dengan menghitung jumlah waktu pelayanan dikali dengan permintaan per hari dan dibagi dengan waktu kerja efektif dalam 1 tahun yang dibutuhkan yaitu sebanyak 3 orang.

Pada kapasitas produksi dengan menggunakan peralatan produksi yang dimiliki oleh Bikinin Kopi, secara matematis Bikinin kopi mampu memproduksi 56 pesanan dalam 1 hari berdasarkan dari peramalan permintaan yang telah dilakukan. Dengan usaha marketing yang dilakukan oleh pemilik Bikinin Kopi, dan besarnya pasar sasaran yang dimiliki oleh perusahaan, maka angka penjualan mencapai *espresso based* 4.833 gelas, *non coffee* 4.833 gelas, air mineral 483 botol, makanan utama 4.833 piring, makanan ringan 3.383 piring dan makanan mie 967 mangkok ditahun 2022 sangat mungkin untuk dicapai atau bahkan dapat lebih dari peramalan permintaan tersebut.

Total biaya yang mesti dikeluarkan dari kebutuhan peralatan yang diperlukan serta biaya renovasi dan dekorasi untuk pembukaan cabang baru Bikinin Kopi adalah Rp81.853.180. Pada lokasi usaha pemilik Bikinin Kopi sudah melakukan survei tempat berdasarkan tingkat keramaian, kompetitor, kepadatan pelajar, biaya sewa, luas bangunan dan luas

lahan. Sehingga pemilik Bikinin Kopi tersebut memutuskan berlokasi dibuka di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang.

Layout mempertimbangan beberapa faktor seperti luas bangunan, kenyamanan konsumen dan efektifitas pekerja yang optimal. *Layout* didesain berdasarkan peralatan operasional yang diperlukan seperti alur proses produksi, alur operasi agar efektifitas pekerja optimum dan konsumen merasa nyaman. Pada kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan pada Bikinin Kopi dengan total biaya sebesar Rp9.852.650 pada setiap bulan dan Rp118.231.800 untuk tahun 2022. Estimasi biaya kebutuhan bahan baku untuk 5 tahun kedepan, peningkatan biaya bahan baku diasumsikan setiap tahunnya meningkat sebanyak 1.68%. Perhitungan biaya operasional didapatkan dari hasil perhitungan biaya investasi yang menjadi biaya kebutuhan dana Bikinin Kopi. Berikut merupakan tabel total kebutuhan dana pada Bikinin Kopi.

Tabel IV.1 Kebutuhan Dana 2022

Kebutuhan Dana	Biaya
Investasi Tetap	Rp81.853.180
Estimasi biaya (<i>Working capital</i>)	Rp72.503.950
Total	Rp154.357.130

Pada Tabel IV.1 menjelaskan biaya yang akan dibutuhkan untuk pembukaan cabang baru, dari total perhitungan kebutuhan dana yang diperlukan didapatkan dari biaya investasi sebesar Rp81.853.180. Pada estimasi biaya selama 3 bulan (*working capital*) didapatkan dari hasil perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya tidak langsung sebesar Rp72.503.950. Total kebutuhan dana untuk pembukaan cabang baru sebesar Rp154.357.130.

IV.3 Aspek Finansial

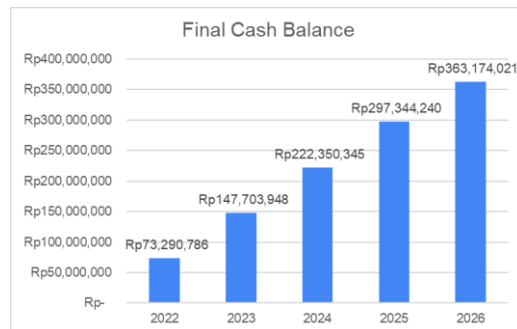
Estimasi pendapatan adalah perkiraan pemasukan kas yang akan diperoleh pihak Bikinin Kopi. Estimasi pendapatan didapatkan dari penjualan produk seperti *espresso based*, *non coffee*, air mineral, makanan utama dan makan mie. Berikut merupakan grafik estimasi pendapatan:



Gambar IV.1 Grafik Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan cabang baru Bikinin Kopi didapatkan dari harga jual tiap produk dikali dengan rata-rata penjualan. Berdasarkan dari perhitungan pendapatan pada tahun pertama 2022 didapatkan sebesar Rp. 372.012.000. Dengan mengalami peningkatan permintaan maka pendapatan untuk setiap tahun kedepan akan mengalami peningkatan.

Aliran kas dibuat dalam periode 5 tahun, fungsi aliran kas ini untuk melihat adanya perubahan kas masuk dan kas yang keluar dalam pembukaan cabang Bikinin Kopi dan *net inflow* setiap tahun mengalami peningkatan setiap tahunnya.



Gambar IV.2 Grafik Arus Kas

Nilai yang akan menjadi parameter layak atau tidak nya dalam sebuah usaha Bikinin Kopi adalah melakukan perhitungan *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period (PP)*. Berikut merupakan tabel analisis kelayakan pada Bikinin Kopi:

Tabel IV.2 Interest Rate, NPV, IRR, PP

Interest rate	9.82%
NPV	Rp115.808.301
IRR	37%
PP	2.459902018

Formatted Table

Dengan asumsi *Interest rate* atau *MARR* sebesar 9,82% didapatkan dari hasil perhitungan *WACC*. *NPV* dari nilai uang penerimaan dikurangi uang saat ini dari biaya periode waktu investasi yang dijalankan selama 5 tahun maka diperoleh *NPV* sebesar Rp115.808.301. Karena nilai *NPV* diakhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi pembukaan cabang baru bikin kopi ini dinyatakan layak untuk dijalankan.

Tingkat *IRR* yang dicapai untuk periode investasi tahun adalah 37% yang berarti pembukaan cabang baru Bikinin Kopi memberikan laju keuntungan *IRR* ini lebih besar dibandingkan *MARR* yaitu tingkat pengembalian minimum yang berdasarkan *WACC* sebesar 9.82%. Dikarenakan *IRR* lebih besar dengan *MARR* maka pembukaan cabang baru Bikinin Kopi ini dinyatakan layak untuk dijalankan.

Dengan menggunakan estimasi arus kas didapatkan *PP* selama 2 tahun 8 bulan. Pada periode nilai kumulatif menunjukkan hasil yang positif, sehingga pengembalian dibawah usia investasi yang telah ditentukan diawal selama 5 tahun.

IV.4 Analisis Sensitivitas

Pada penelitian ini dilakukan perhitungan sensitivitas pada biaya bahan baku, biaya operasional, biaya tenaga kerja langsung, penurunan permintaan, dan penurunan harga.

Tabel IV.3 Analisis Sensitivitas

No	Keterangan	Sensitivitas
1	Peningkatan biaya bahan baku	28,1913,42%
2	Peningkatan biaya operasional	51,2722,31%
3	Peningkatan biaya tenaga kerja langsung	41,3618,97%
4	Penurunan permintaan	9,144,27%
5	Penurunan harga	9,05%

V. Kesimpulan

Dari hasil penelitian analisis kelayakan pembukaan cabang *Coffee shop* Bikinin Kopi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek Pasar

Pada 89,2% responden atau setara dengan 743.348 total penduduk Karawang berpotensi untuk mengunjungi cabang baru *coffee shop* Bikinin Kopi (pasar potensial) dengan persentase minat beli sebesar 94,2% atau setara dengan 700.234 calon konsumen (pasar tersedia), sehingga apabila pemilik Bikinin Kopi ingin membidik

0,23% pasar tersedia sebagai pasar sasaran akan didapatkan estimasi permintaan sebesar 1.611 calon konsumen dalam sebulan atau sebesar 19.332 calon konsumen dalam setahun pada tahun 2022

2. Aspek Teknis

Aspek teknis seperti identifikasi produk, bisnis proses, bisnis operasi, kapasitas produksi, peralatan operasional, biaya investasi, lokasi usaha, *layout* usaha, manajemen sumber daya manusia, struktur organisasi, dan sistem kerja sudah disesuaikan dengan estimasi permintaan pasar. Selain itu, kemampuan pelayanan juga dapat memenuhi estimasi permintaan pasar dengan jumlah investasi yang diperlukan sebesar Rp154.357.130 termasuk biaya kerja selama 3 bulan ke depan. Lokasi baru terletak di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang dipilih oleh pemilik berdasarkan pertimbangan keramaian dan harga sewa bangunan.

3. Aspek Finansial

Pembukaan *coffee shop* Bikinin Kopi dilihat dari aspek finansial dapat dikatakan layak dengan dasar asumsi bahwa nilai *MARR* adalah sebesar 9,82%. Sehingga diperoleh nilai NPV sebesar Rp115.808.301, nilai *IRR* sebesar 37% (yang mana lebih besar dari nilai *MARR*), dan *PP* terjadi dalam kurun waktu 2 tahun 8 bulan (lebih cepat dari estimasi periode usaha selama 5 tahun).

4. Analisis Sensitivitas

Agar *coffee shop* Bikinin Kopi tidak mengalami kerugian, maka perubahan sensitivitas kenaikan bahan baku tidak boleh melebihi 28,19%, kenaikan biaya operasional tidak boleh melebihi 51,27%, kenaikan biaya tenaga kerja langsung tidak boleh melebihi 41,36%, penurunan permintaan tidak boleh melebihi 9,14%, dan penurunan harga tidak boleh melebihi 9,05%. Secara perhitungan keseluruhan, *coffee shop* Bikinin Kopi sudah memenuhi ketentuan nilai sensitivitas yang ada.

Referensi:

- [1] Subagyo, SE, MM., CRBD, A. 2007. *Studi Kelayakan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [2] Data Boks, 2020. www.databoks.com. [Online]
- [3] Freddy Rangkuti, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [4] Kasmir & Jakfar, 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Predana Media Group.
- [5] Dr. Kasmir, S.E., M.M, & Jakfar, S.E., M.M. 2013. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- [6] Kotler, P., & Armstrong, G. 2017. *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education.

