PERANCANGAN BISNIS DAN KELAYAKAN PADA *STARTUP E-MARKETPLACE* GAMBUNG STORE

BUSINESS DESIGN AND FEASIBILITY AT STARTUP E-MARKETPLACE GAMBUNG STORE

Savina Naba Aulinasari [1], Endang Chumaidiyah[2], Sinta Ariyani[3]

[1,2,3] Universitas Telkom, Bandung
savinanabaa@student.telkomuniversity.ac.id[1], endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id[2], sintatelu@telkomuniversity.ac.id[3]

Abstrak

Gambung Store merupakan sebuah startup berbentuk e-marketplace dengan penjualan produk desa untuk Badan Usaha Milik Desa di Desa Mekarsari, Ciwidey, Bandung, Jawa Barat. Usaha ini dibuat agar dapat meningkatkan penjualan produk, dan menciptakan pertumbuhan masyarakat sehingga dapat berjualan antara desa dan pusat kota pertumbuhan. Gambung Store memiliki 3 produk yang akan dipasarkan, yaitu keripik teh "Sam-sam chips", kopi roasted robusta "Bah Dusyie", dan baju kaos "Results". Tugas akhir ini dilakukan untuk membantu merancang bisnis Gambung Store agar dapat berjualan memenuhi kebutuhan pasar, karena bisnis ini bersifat unik dan baru, maka diperlukan perhitungan kelayakan apakah bisnis Gambung Store dapat layak dijalankan ataupun tidak dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, serta analisis risiko dan sensitivitas. Aspek pasar didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang menghasilkan pasar potensial untuk masing-masing produk dan menghasilkan proyeksi permintaan. Perancangan teknis dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan benchmark ke kompetitor serupa untuk menentukan jumlah tenaga kerja yang diperlukan, peralatan, penggunaan teknologi, lokasi bisnis usaha, hingga didapatkan estimasi investasi Gambung Store. Hasil perhitungan finansial diperoleh NPV sebesar Rp73.181.573,624 dengan perolehan IRR sebesar 11,92% dimana MARR yang digunakan sebesar 11,80% sehingga peroleh PBP yaitu 4,84 tahun. Nilai IRR > MARR, nilai NPV >0, dan PBP < umur dilakukan perhitungan kelayakan, maka usaha ini dapat dikatakan layak dijalankan mengikuti kriteria finansial tersebut
Kata kunci : *Startup,* Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP

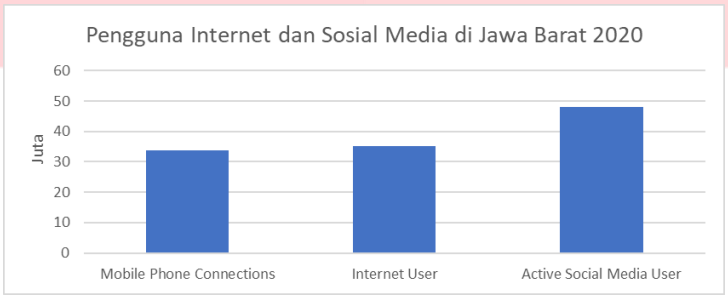
Abstract

Gambung Store is a startup e-marketplace sales village product BUMDes in Mekarsari village, Ciwidey, Bandung, West Java. This business made in order to increase product sales and create community growth to be able to sell between rural to urban. Nnow, Gambung Store has 3 products to marketed, there are tea chips namely "Sam-sam chips", roasted coffee arabica "Bah Dusyie", and t-shirt "Results". This research helps to design business Gambung Store that can sell market needs, because this business is unique and new, it is necessary to consider if Gambung Store can be feasible or not from market aspects, technical aspects, financial aspects, risk anlsyst and sensitivity. Market aspect was obtained from the results of questionnaires has result for potential market for each product and projection demand. The technical design is carried out by conducting intervews, observation and benchmarks to similar competitors to determine the number of workers needed, equipment, technology used, business location and to get estimated investment for Gambung Store. The result for financial calculation has NPV of Rp73.181.573,624 with IRR of 11,92% and MARR used 11,80%, the PBP result was 4,84 years. IRR > MARR, NPV > 0, and PBP < age of research. The feasibility calculation Gambung Store can be feasible according the financial criteria.
Keywords : Startup, Feasibility Analysis, NPV, IRR, PBP

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berkembang dengan pesat dengan memberikan banyak manfaat. Bagi perusahaan atau organisasi digunakan untuk mencapai keunggulan terhadap pesaingnya dalam pengembangan suatu produk atau jasa. Perkembangan ini akan memanfatkan teknologi yang akan memunculkan sebuah startup bisnis. Startup ialah sebuah organisasi yang dirancang untuk menemukan bisnis model baru dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar [1]. Pada riset yang dilakukan wearesocial menyebutkan tahun 2020 terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh Jawa Barat dengan penetrasi 17% untuk pengguna internet, dengan pengguna internet terbanyak dengan rentang umur 15-24 tahun.

Tabel I. 1 Pengguna Internet dan Sosial Media di Jawa Barat 2020



Pemanfaatan internet dan teknologi informasi memunculkan trend perilaku berbelanja online salah satunya. Mengutip dari laporan Startup Ranking, Indonesia masuk dalam lima besar negara di dunia dengan jumlah startup terbanyak dengan total 1.705 starup yang menempati urutan keempat di bawah Amerika Serikat. Ide bisnis tersebut dapat dikembang dengan potensi Indonesia dalam bidang pertanian, dimana pertanian merupakan salah satu komoditas andalan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) 2017, menunjukkan bahwa 37,77 juta penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian, lebih besar dari sektor-sektor bisnis lainnya dan tercatat dari Badan Pusat Statistik 2019, jumlah desa di Indonesia sebanyak 83.813 desa. Perkembangan itu memunculkan marketplace yang mengembangkan bisnis di bidang penjualan hasil desa. Produk hasil desa yang dihasilkan akan menjadi sumber aktivitas produksi komoditas yang berasal dari sumber alam, sekaligus menjadi rumah para pelaku usaha kecil yang produknya unik dan khas dengan tujuan memperluaskan produk untuk dapat dikenal dan produk hasil desa yang memiliki pengaruh penting bagi kehidupan dan dapat membangun desa secara inovatif. Maka dari itu memunculkan startup Gambung Store yang merupakan inovasi marketplace untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Mekarsari, Ciwidey, Bandung, Jawa Barat. Gambung Store akan membuka kesempatan bagi pengguna untuk membeli segala produk yang disediakan di marketplace tersebut, yang akan masuk kedalam marketplace adalah para pelaku usaha yang terdapat di Desa Mekarsari tersebut.

II. Landasan Teori

II.1 Pengertian *Startup*

Startup merupakan kumpulan individu yang membentuk organisasi yang dirancang untuk menemukan bisnis model baru dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sebuah startup yang terdiri dari manusia individu atau perusahaan yang dibentuk dalam rangka untuk menjual produk atau jasa baru. Perbedaan dengan perusahaan yang sudah berjalan yaitu dalam menghadapi kondisi ketidakpastian. Perusahaan yang sudah lama berdiri sudah berpengalaman dalam menghadapi kondisi, ketidakpastian yang dihadapi oleh pendiri startup dengan mencoba-coba metode dan model bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar sehingga produk atau jasanya dapat diterima.

II.2 E-Marketplace

E-marketplace yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli secara menggunakan dunia maya. Di dalam dunia maya, secara prinsip e-marketplace berkembang melalui empat tahapan evolusi berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Warran D. Raisch. Keempat tahapan evolusi tersebut adalah:

1. Pertukaran Komoditas

Pada bentuk awal ini, e-marketplace merupakan arena tempat bertemunya berbagai pihak/entity yang tujuan utamanya adalah berdagang atau transaksi jual beli.

2. Layanan Nilai Tambah

Arena terciptanya sebuah bentuk penawaran-penawaran baru terhadap sebuah metode jual-beli, konsumen bersifat unik sehingga produk atau jasa yang dierjual belikan harus khusus sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu sesuai dengan keinginan unik konsumen.

3. Jaringan Pengetahuan

Perkembangan berbasis pengetahuan sehingga muncul interaksi antara perusahaan dengan mitra bisnis, stakeholder dan konsumen.

4. Nilai Jaringan Kepercayaan

Berkembang ke sebuah jejaring pusat bertemunya berbagai entiti. Komunitas manusia akan terbentuk di dunia maya berdasarkan kepentingan masing-masing.

II.3 Studi Kelayakan

Studi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan terhadap usaha yang direncanakan dapat diterima atau ditolak. Tujuan utama dilakukan studi kelayakan bisnis ini agar perusahaan atau usaha yang akan berdiri berjalan sesuai harapan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang sehingga dapat mengukur potensi usaha tersebut akan baik dalam situasi yang mendukung maupun situasi tidak mendukung.

II.4 Aspek Pasar

Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli actual dan potensial dari suatu produk [2]. Pada dasarnya, analisis pasar mencakup aktivitas pencarian dan analisis data yang dapat digunakan untuk mulai mengidentifikasi hingga dapat menganalisis dan mencapai pasar yang diinginkan dari produk tersebut.

1. Rincian Pasar (Market breakdown)

Ada beberapa kriteria pasar yang diukur agar mempermudah penentuan pasar yang disasar dari sebuah produk yaitu:

a. Pasar potensial

Pasar potensial merupakan sekelompok konsumen yang tertarik pada suatu penawaran pasar tertentu seperti barang atau jasa.

b. Pasar tersedia

Merupakan sekelompok konsumen yang tertarik, memiliki penghasilan, akses dan persyaratan atas penawaran pasar tertentu. Konsumen memiliki daya beli untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

c. Pasar sasaran

Merupakan bagian dari pasar tersedia yang diputuskan oleh perusahaan yang memiliki syarat untuk dijadikan pasar sasaran dilihat dari kondisi persaingan dan kemampuan perusahaan.

II.5 Aspek Teknis

Analisis aspek pasar akan menunjukkan sebuah bisnis layak untuk dijalankan, maka langkah berikutnya adalah analisis aspek teknis. Jika dalam analisis aspek pasar sudah layak dijalankan, namun analisis aspek teknis tidak dapat dijalankan maka investasi sebaiknya ditunda. Hal itu disebabkan bisnis akan sering mengalami kegagalan karena tidak mampu menghadapi masalah teknis. Hal yang perlu diperhatikan pada aspek teknis yaitu [3] pemilihan peralatan dan teknologi.

Model proses bisnis merupakan hasil dari analisis dasar untuk melakukan perbaikan atau perubahan yang paling sesuai dengan tujuan ide bisnis. Sehingga proses bisnis ini merupakan kumpulan aktivitas yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah atau menghasilkan produk atau layanan untuk mencapai tujuan perusahaan atau tujuan bisnisnya.

II.6 Mekanisme E-Marketplace

Pertumbuhan belanja online akan mempengaruhi struktur industri. Model bisnis dengan bentuk website tidak hanya membantu mempromosikan barang, tapi akan memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan. E-marketplace juga memiliki segmentasi penerapan yang luas dan dapat diterapkan untuk aktivitas ekonomi business to business, business to customer, dan customer to customer. E-marketplace akan dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah dan cepat karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu. Secara konvensional pasar memiliki beberapa peran diantaranya memfasilitasi transaksi dan menyediakan infrastruktur.

II.7 Aspek Finansial

Analisis aspek keuangan meliputi komponen-komponen sebagai berikut [4].

a. Kebutuhan dana, dana yang dibutuhkan untuk operasional perusahaan.
b. Sumber dana, terbagi menjadi sumber dana baik milik pribadi ataupun eksternal.
c. Proyeksi neraca, tujuannya untuk mengetahui kekayaan perusahaan.
d. Proyeksi laba rugi
e. Proyeksi arus kas

Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk menganalisis kelayakan investasi sebagai berikut:

- Payback Period (PP)

Metode untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut.

- Net Present Value (NPV)

Metode dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi. Hasil NPV positif berarti investasi akan memberikan hasil lebih tinggi dibandingkan rate of return minimum yang diinginkan, atau investasi di bisnis tersebut memberikan keuntungan. Jika hasil NPV negative berarti investasi akan memberikan hasil yang rendah dibandingkan rate of return minimum yang diinginkan, maka investasi tersebut tidak layak dijalankan.

- Internal Rate of Return (IRR)

Metode untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara present value dari semua aliran aks yang masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi. Jika IRR sama dengan tingkat discount rate, maka usaha yang dijalankan tidak medapat untung ataupun rugi. Jika IRR > tingkat discount rate, maka usaha tersebut dapat layak dijalankan. Jika IRR < tingkat discount rate maka usaha tidak layak dijalankan [4].

II.8 Analisis Sensitivitas

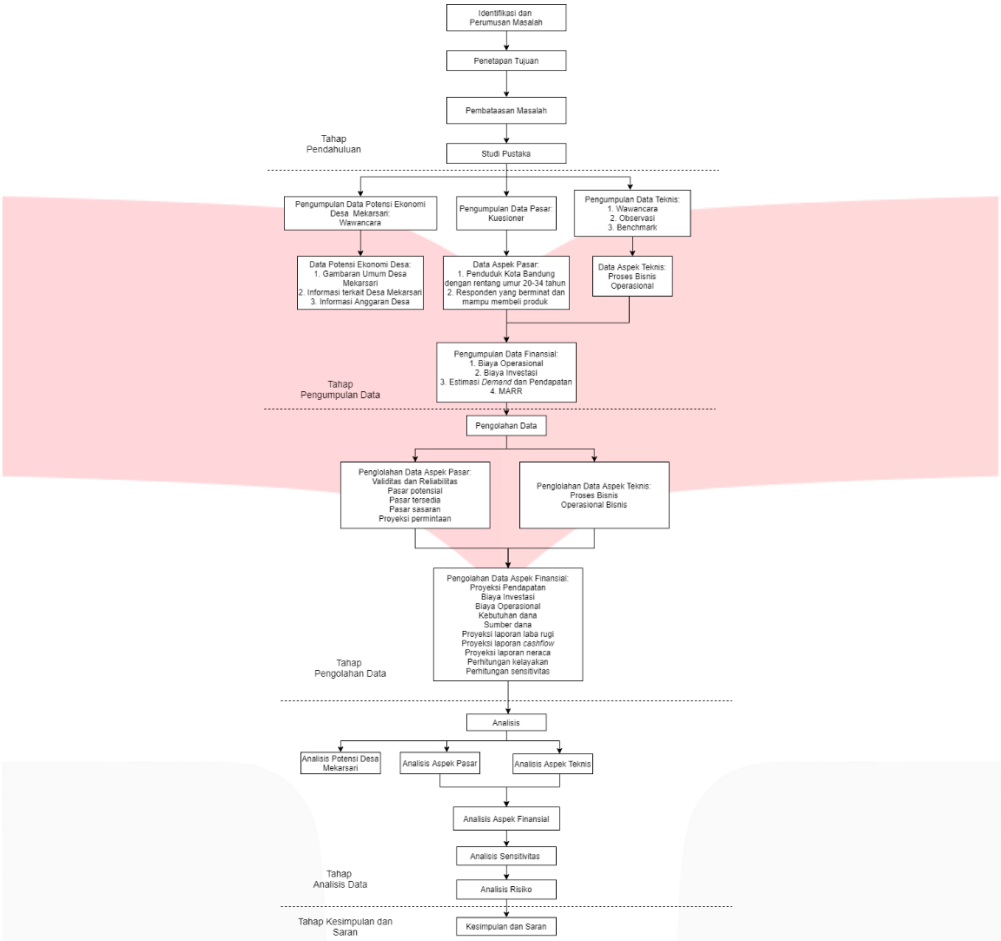
Analisis sensitivitas digunakan dalam pertimbangan pengukuran sensitivitas efektivitas akibat perubahan dari satu atau lebih parameter input [5]. Ketika suatu perusahaan menilai keputusan investasi, asumsi dari parameter input memiliki pengaruh di dalamnya. Penilaian investasi melihat dari kriteria net present value dan internal rate of return. Dari kriteria tersebut adanya ketidakpastian pada keputusan investasi dikarenakan asumsi parameter input yang berpengaruh pada keputusan investasi.

II.9 Analisis Risiko

Risiko merupakan kerugian atau kejadian yang tidak diharapkan. Pada sebuah bisnis, risiko akan rawan terjadi, maka dari itu perlu dilakukan analisis risiko untuk memberikan prediksi terhadap risiko yang mungkin terjadi saat bisnis dijalankan. Analisis risiko memiliki peran penting untuk mengendalikan risiko yang terjadi. Analisis risiko dilakukan dari mulai identifikasi jenis risiko, hingga proses manajemen risiko. Manajemen risiko meliputi pengukuran risiko dan pengelolaan risiko. Identifikasi risiko berdasarkan risiko yang muncul saat bisnis dilakukan. Mengetahui risiko tersebut dapat dilakukan pengukuran seberapa penting risiko tersebut. Pengelolaan risiko dapat dilakukan dengan memberikan rekomendasi berdasarkan jenis risiko yang terjadi.

III. Metode Penyelesaian Masalah

Model konseptual merupakan gambaran rencana terstuktur dari hubungan faktor yang saling berkaitan untuk memberikan gambaran permasalahan.



Gambar III. 1 Model Konseptual Penyelesaian Msalah

Model konseptual akan melihatkan hubungan aspek yang ada dipenelitian ini. Meliputi aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Hubungan ketiga aspek ini akan memberikan keputusan investasi layak atau tidak dari segi finansial dengan analisis dari aspek yang diteliti dalam penelitian. Analisis aspek pasar bertujuan untuk menghitung perkiraan permintaan dan proyeksi pendapatannya. Analisis aspek teknis akan menunjukan teknis yang terjadi pada perancangan bisnis Gambung Store. Analisis aspek finansial akan memberikan keputusan berdasarkan kriteria kelayakan usaha. Kriteria tersebut meliputi, nilai NPV, IRR dan PBP. Ketiga kriteria tersebut menentukan bisnis Gambung Store layak untuk dijalankan atau tidak. Dari hasil aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial, dapat pula melaukan analisis sensitivitas untuk mengetahui biaya yang sensitif dalam bisnis ini dan analisis risiko untuk antisipasi sebelum bisnis dijalankan.

IV. Pembahasan

IV.1 Potensi Ekonomi Desa Mekarsari

Desa Mekarsari memanfaatkan potensi lahan terbesarnya pada lahan tegal atau ladang sebesar 963,0420 Ha, perkebunan sebesar 710 Ha, dan hutan sebesar 1450 Ha. Dengan komposisi usia penduduk di Desa Mekarsari Tahun 2020, jumlah usia produktif pada Desa tersebut sekitar 4.346 orang. Melihat potensi geografis yang dimiliki, Desa Mekarsari mengolah lahan tegal atau ladang yang ditanami produk pertanian seperti ubi, jagung, dan bahkan ladang digunakan untuk mengelola produk kopi. Menjadikan Desa Mekarsari memiliki komoditas unggulan yaitu kopi dengan produksi pertahun lebih dari 120 ton (cherries) dan kopi olahan (greenbean) yang sudah di eskpor sekitar 18 ton. Lahan perkebunan di Desa Mekarsari dimiliki oleh PPTK (Pusat Penelitian Teh dan Kina) Pasir Jambu maka dari itu pengolah teh dapat dikelola baik. Hutan yang terdapat di Desa Mekarsari ini dijadikan sebagai Kawasan Cagar Alam Gunung Tilu. Selain itu, terdapat produksi teh rakyat sebesar 24 ton pertahun, sayuran ini diukur secara tentatif karena sayuran merupakan komoditas

yang setelah panennya berbeda-beda. Komoditas lainnya yaitu susu sapi dengan jumlah mencapai 600 liter perhari.

IV.2 Aspek Pasar

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data pasar potensial berdasarkan keminatan pada masing-masing produk, dikalikan dengan frekuensi responden dalam membeli produk tersebut, dan dikalikan dengan jumlah populasi. Pasar tersedia Gambung Store diperoleh dari proporsi persentasi kemampuan membeli masing-masing produk, sehingga persentasi kemampuan dikalikan dengan jumlah pasar potensialnya. Sedangkan besar pasar sasaran yang mempertimbangkan data historis penjualan per produk dan strategi pemasaran yang dilakukan e-marketplace Gambung Store.

Produk	Pasar Tersedia	Pasar Sasaran (%)	Pasar sasaran
Keripik teh	176.948 kg	3%	5.308 kg
Kopi *roasted arabica*	160.862 kg	0,5%	804 kg
Baju jenis kaos	2.578.324 item	0,1%	2.578 item

Gambar IV. 1 Perhitungan Pasar Sasaran

IV.3 Aspek Teknis

Dalam benchmarking ke beberapa bisnis kompetitor, Gambung Store memproyeksikan memiliki 5 tenaga kerja yang ditentukan berdasarkan benchmarking. Gambung Store memproyeksikan memiliki CEO 1 orang, technology officer sebanyak 1 orang, Research and Development sebanyak 1 orang, Marketing sebanyak 1 orang, dan Admin sebanyak 1 orang. Sehingga total tenaga kerja yang diperlukan yaitu 5 orang. Estimasi biaya investasi dilakukan untuk dapat memperkirakan biaya yang dikeluarkan dalam investasi baru usaha Gambung Store. Investasi terdiri dari perlengkapan operasional, administrasi kantor dan teknologi yang membangun Gambung Store. Berikut estimasi dari biaya investasi Gambung Store.

Tabel IV. 1 Estimasi Biaya Investasi

No	Jenis	Volume/Jumlah	Satuan	Umur Ekonomis	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Modern Wifi	1	Buah	4 tahun	Rp 619.000	Rp 619.000
2	Laptop Admin	1	Buah	4 tahun	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
3	Laptop Developer	1	Buah	4 tahun	Rp 9.500.000	Rp 9.500.000
5	Laptop Marketing	1	Buah	4 tahun	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000
6	Laptop Peneliti (RnD)	1	Buah	4 tahun	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
7	Smartphone	1	Buah	4 tahun	Rp 1.700.000	Rp 1.700.000
8	Telepon	1	Buah	4 tahun	Rp 250.000	Rp 250.000
9	Dispenser	1	Buah	4 tahun	Rp 650.000	Rp 650.000
10	Meja Kantor	5	Buah	4 tahun	Rp 358.000	Rp 1.790.000
11	Kursi Kantor	5	Buah	4 tahun	Rp 290.000	Rp 1.450.000
12	Printer	1	Buah	4 tahun	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
13	Terminal Kabel	2	Buah	4 tahun	Rp 50.000	Rp 100.000
14	AC	2	Buah	8 tahun	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000

15	Lampu LED	3	Buah	4 tahun	Rp 25.000	Rp 75.000
16	Rak penyimpanan	2	Buah	4 tahun	Rp 400.000	Rp 800.000
17	Domain	5			Rp 198.128	Rp 990.640
18	Raja Ongkir Premium	1			Rp 500.000	Rp 500.000
19	Perpanjang Domain	5			Rp 198.057	Rp 990.285
20	Laravel Nova	1			Rp 1.438.935	Rp 1.438.935
21	Freepik Premium	5			Rp 1.557.342	Rp 7.786.710
Total (Rp)						Rp 53.640.570

IV.4 Aspek Finansial

Harga jual produk Gambung Store dari masing-masing produk akan mengalami penambahan harga sebesar 15% sebagai transaction fee untuk e-marketplace Gambung Store. Dalam perhitungan kelayakan pada usaha Gambung Store, dilakukan dengan metode perhitungan NPV, IRR, dan PBP. Dalam tugas akhir ini, didapatkan perhitungan kelayakan dengan memperoleh NPV Rp73.181.573,624 dengan IRR 11,92% dan PBP yang didapatkan 4,84 tahun.

IV.5 Analisis Sensitivitas

Dengan batas sensitivitas penurunan *demand* sebesar 8% dan untuk mencapai kelayakan dilakukan diversifikasi terhadap permintaan produk untuk dapat meningkatkan penjualan Gambung Store.

IV.6 Analisis Risiko

Dari risiko pasar yang terdiri dari jumlah permintaan yang tidak bisa di prediksi dilakukan manajemen risiko dengan risiko kontrol, dengan mengurangi frekuensi hal tersebut terjadi. Selain itu, risiko perkembangan strategi pemasaran yang dapat diatasi dengan manajemen risiko avoidance yaitu dengan pertimbangan sebuah usaha akan melakukan penanggungan untuk mengatasi risiko tersebut. Dari risiko teknis terdiri dari perkembangan teknologi yang maju dilakukan manajemen risiko avoidance dan peralatan rusak dengan manajemen risiko risk control dengan penghindaran risiko. Dari risiko finansial yaitu terjadinya kenaikan inflasi dan suku bunga dengan manajemen risiko kontrol.

V. Kesimpulan

Adapun hasil dari tugas akhir tentang perancangan bisnis dan kelayakan pada Gambung Store sebagai berikut:

1. Potensi Ekonomi Desa Mekarsari

Desa Mekarsari memiliki komoditas unggulan yaitu kopi dengan produksi pertahun lebih dari 220 ton (cherries) dan kopi olahan (greenbean) yang sudah di eskpor sekitar 18 ton. Lahan perkebunan di Desa Mekarsari dimiliki oleh PPTK (Pusat Penelitian Teh dan Kina) Pasir Jambu maka dari itu pengolah teh dapat dikelola baik dengan berat panen the 24 ton pertahun. Hutan yang terdapat di Desa Mekarsari ini dijadikan sebagai Kawasan Cagar Alam Gunung Tilu. Selain itu, rakyat desa melakukan panen terhadap sayuran namun beratnya tentative karena komoditas setelah panen berbeda-beda, dan komoditas unggulan lainnya pada olahan susu sapi dengan berat 600 liter perharinya.

2. Aspek Pasar

a. Pasar Potensial

Pasar potensial didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden berumur 15-44 tahun yang berdomisili di Kota Bandung dan Kota Cimahi. Pasar potensial didapatkan berdasarkan keminatan terhadap masing-masing produk Gambung Store. Didapatkan untuk produk keripik teh sebesar 88%, keminatan terhadap produk kopi roasted arabica sebesar 81% dan keminatan terhadap produk baju kaos sebesar 71%.

b. Dari pasar potensial, didapatkan pasar tersedia dengan mengukur kemampuan dan keminatan responden terhadap membeli masing-masing produk. Didapatkan besar pasar tersedia produk keripik teh sebesar 81% dari pasar potensial sebesar 176.948 kg, Besar pasar tersedia dari produk kopi roasted arabica sebesar 70% dari pasar potensial yaitu sebesar 160.862 kg. Pasar tersedia dari produk baju sebesar 64% dari pasar potensial yaitu sebesar 2.417.176 item.

c. Pasar Sasaran

Pasar sasaran akan membidik persentase yang berbeda ditiap produknya, karena pertimbangan dari data historis penjualan dari masing-masing produk. Untuk keripik teh membidik 3% dari pasar tersedia yaitu 5.308 kg atau sebesar 30.334 pcs, kopi roasted arabica membidik 0,25% dari pasar tersedia yaitu sebesar 804 kg atau sebesar 4.022 pcs, dan baju kaos membidik 0,1% yaitu sebesar 2.578 item.

d. Strategi Pemasaran

Media promosi secara online dengan memanfaatkan platform layanan Instagram Ads dan Facebook Ads serta melakukan giveaway untuk menarik perhatian terhadap adanya Gambung Store. Selain itu, Gambung Store dapat diakses melalui website dimana media ini bisa menjadi media pemasaran pula. Gambung Store melakukan promo ongkir setiap bulannya selama 7 hari dengan jumlah promo ongkir yang diberikan kepada permintaan dibagi 4 minggu dengan mengambil rata-rata biaya ongkir Rp12.000.

3. Aspek Teknis

Gambung Store memproyeksikan memiliki CEO 1 orang, technology officer sebanyak 1 orang, Research and Development sebanyak 1 orang, Marketing sebanyak 1 orang, dan Admin sebanyak 1 orang. Sehingga total tenaga kerja yang diperlukan yaitu 5 orang. Penggunaan teknologi disesuaikan dengan kebutuhan. Peralatan operasional meliputi laptop tenaga kerja 5 unit, modern wifi, smartphone, telepon, dispenser, meja kantor, kursi kantor, printer, terminal kabel, AC, lampu LED, dan rak penyimpanan. Sehingga didapatkan estimasi biaya investasi sebesar Rp60.640.570.

4. Aspek Finansial

Pada perhitungan pendapatan, Gambung Store memperoleh pendapatan dari transaction fee dan pay per click dari setiap produk. Memperoleh NPV Rp73.181.573,624 dengan IRR 11,92% dan PBP yang didapatkan 4,84 tahun.

5. Aspek Sensitivitas

Pengukuran sensitivitas dilakukan dengan sensitivitas penurunan demand sebesar 8% dan untuk mencapai kelayakan dilakukan diversifikasi terhadap permintaan produk untuk dapat meningkatkan penjualan Gambung Store. Dalam penelitian dilakukan diversifikasi untuk dapat mengukur peningkatan penjualan dan mengarah ke kelayakan.

6. Aspek Risiko

Risiko yang terjadi pada bisnis Gambung Store meliputi, jumlah permintaan yang tidak bisa di prediksi dilakukan manajemen risiko kontrol, perkembangan strategi pemasaran dilakukan manajemen risiko avoidance, perkembangan teknologi dilakukan manajemen risiko avoidance, peralatan rusak dilakukan manajemen risiko kontrol, dan kenaikan inflasi dengan manajamen risiko kontrol. Total risiko yang terjadi setelah dilakukan pembobotan melalui wawancara kepada kompetitor sebesar 5,68% jika ditambahkan dengan MARR maka, bisnis Gambung Store tidak dapat menerima risiko tersebut.

REFERENSI

[1] S. Blank, “An audience with... Steve Blank. Interview by Asher Mullard.,” *Nat. Rev. Drug Discov.*, vol. 13, no. 8, p. 570, 2014, doi: 10.1038/nrd4404.

[2] P. Kotler and G. Armstrong, “Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing,” pp. 1–63, 2012.

[3] Suliyanto, “Pengertian Bisnis Bisnis merupakan keseluruhan kegiatan yang direncanakan Bisnis Profit oriented Non-profit oriented,” pp. 1–15, 2010.

[4] Sobana, “Studi Kelayakan Bisnis,” p. 466, 2018, doi: 10.1145/2505515.2507827.

[5] A. P. Putra, “Analisis Kelayakan dan Sensitivitas Investasi Monorail Yogyakarta,” no. November, p. 132, 2015, doi: 10.13140/RG.2.1.2320.5843.