

**ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN E-BUSINESS IMAM OPTIK
KABUPATEN BANDUNG**

**FEASIBILITY ANALYSIS OF IMAM OPTIK'S E-BUSINESS DEVELOPMENT IN
BANDUNG REGENCY**

Oleh:

Novi Anggraeni¹, Mahir Pradana²

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹novianggra@student.telkomuniversity.ac.id, ²mahirpradana@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah Imam Optik Bandung layak untuk mengembangkan bisnisnya ke arah *e-business* berdasarkan aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial serta melihat dampak yang akan terjadi apabila terdapat komponen-komponen pada aspek finansial mengalami perubahan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Untuk mengukur kelayakan dilihat dari nilai NPV, IRR dan PBP. Berdasarkan hasil perhitungan nilai NPV 2.790.101.233, nilai IRR 451%, dan nilai PBP 1 tahun. Nilai NPV lebih dari 1 maka bisnis layak untuk dijalankan. Batas sensitivitas dalam penurunan penjualan adalah penurunan sebesar 24%.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Finansial dan Analisis Sensitivitas

ABSTRACT

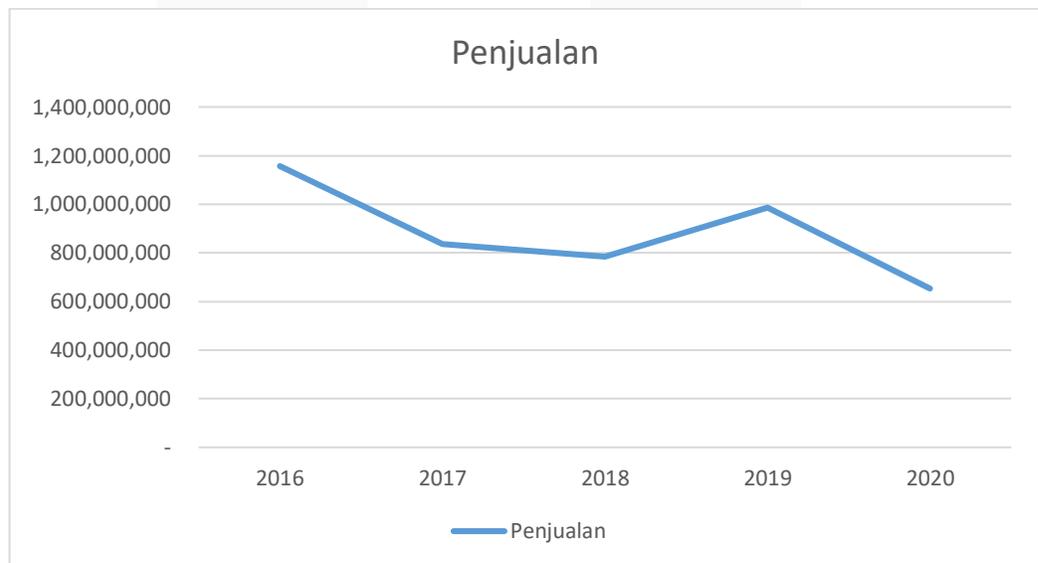
This study aims to determine and analyze whether Imam Optik Bandung is feasible to develop its business towards e-business based on market aspects, technical aspects and financial aspects and see the impact that will occur if there are components in the financial aspect that change. The research method used is descriptive quantitative. To measure the feasibility, it is seen from the value of NPV, IRR and PBP. Based on the calculation results,

the NPV value is 2,790,101,233, the IRR value is 451%, and the PBP value is 1 year. The NPV value is more than 1 then the business is feasible to run. The limit of sensitivity in sales decline is a decrease of 24%.

Keywords: Feasibility Analysis, Market Aspects, Technical Aspects, Financial Aspects and Sensitivity Analysis

Pendahuluan

Banyak sekali pekerjaan yang membutuhkan penggunaan gawai seperti *handphone*, laptop, komputer dan lainnya. Mata juga membutuhkan perlindungan ketika melihat layar *handphone*, laptop dan lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *The Vision Loss Expert Group* menyatakan bahwa 48.99% gangguan penglihatan terbesar disebabkan oleh gangguan refraksi. Salah satu pilihan yang mudah untuk mengatasi gangguan refraksi adalah menggunakan kacamata. Optik adalah sebuah usaha yang menyediakan kacamata sebagai alat bantu penglihatan. Imam Optik Bandung adalah salah satu optik yang berada di Kabupaten Bandung. Terdapat penurunan penjualan Imam Optik Bandung dari tahun 2016 hingga 2021.



Gambar 1 Penjualan Tahunan Imam Optik

Data di atas merupakan data penjualan tahunan Imam Optik dari tahun 2016-2020. Terdapat penurunan penjualan ini dikarenakan mulai tumbuhnya optik-optik di Kabupaten Bandung yang bekerja sama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan atau yang dikenal dengan BPJS Kesehatan. Pada awalnya Imam Optik Bandung merupakan satu-satunya optik di Kabupaten Bandung yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan namun sekarang sudah banyak optik di Kabupaten Bandung yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan. Selain itu dengan adanya pandemi COVID-19 semakin menurun penjualan Imam Optik dapat dilihat pada penjualan tahun 2020. Salah satu strategi untuk mengatasi penurunan penjualan adalah dengan mengembangkan bisnis pada digital. Saat ini era digital sudah sangat membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan mengembangkan bisnis menjadi *e-business* dapat meraih pasar yang lebih besar dan akses informasi lebih mudah sampai pada konsumen. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh GlobalWebIndex pada tahun 2019 Indonesia memiliki peringkat tertinggi di dunia mengenai penggunaan *e-commerce*. Imam Optik Bandung melihat peluang yang besar dalam mengembangkan bisnisnya menjadi *e-business*. Namun dalam mengembangkan sebuah bisnis harus melihat apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Menganalisis kelayakan sebuah bisnis dapat dilihat dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial serta dalam mengantisipasi kegagalan analisis sensitivitas juga perlu untuk ditinjau.

TINJAUAN PUSTAKA

E-business

Menurut O'brien dan Marakas (2006) e-business adalah proses bisnis berbasis yang memanfaatkan internet dan teknologi agar komunikasi perusahaan lebih mudah.

Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jafar (2016) studi kelayakan bisnis adalah meneliti bisnis yang akan dijalankan sehingga dapat diketahui apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan atau tidak.

Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

1. Pengumpulan Data Informasi
2. Melakukan Pengolahan Data

3. Analisis Data
4. Mengambil Keputusan
5. Memberikan Rekomendasi

Aspek Pasar

Aspek pasar dan pemasaran adalah aspek yang menilai berapa besar potensi pasar yang akan dimasuki, termasuk di dalamnya struktur pasar dan peluang pasar serta prospek pasar di masa yang akan datang juga bagaimana strategi pasar yang akan diterapkan.

Strategi pemasaran terbagi menjadi tiga yaitu:

1. *Segmenting*

Mengelompokkan konsumen heterogen menjadi sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama.

2. *Targeting*

Sekumpulan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama dan akan dilayani oleh perusahaan.

3. *Positioning*

Penyusunan penawaran dan membangun serta memberikan citra yang positif untuk konsumen.

Untuk mendapatkan hasil respon target pasar dapat melakukan analisis bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat komponen yaitu:

1. *Product*

Barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar

2. *Price*

Harga yang diberikan oleh perusahaan atas barang atau jasa yang telah ditawarkan.

3. *Place*

Tempat perusahaan membuat produk dan segala aktivitas yang berhubungan agar produk atau jasa sampai pada konsumen.

4. *Promotion*

Aktifitas mengenalkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen serta komunikasi dengan konsumen untuk memberikan informasi mengenai manfaat produk dan jasa yang ditawarkan.

Aspek Teknis

Aspek yang berhubungan dengan lokasi, luas, tata letak ruang, peralatan produksi serta proses produksi termasuk teknologi yang digunakan dalam produksi.

Aspek Finansial

Terdapat tiga metode yang dapat melihat kelayakan suatu usaha dalam aspek finansial.

1. *Net Present Value (NPV)*

Perbandingan nilai arus kas saat ini dengan nilai investasi yang sekarang selama umur investasi.

2. *Payback Period*

Penggunaan arus kas dalam menutup pengeluaran investasi yang menghasilkan satuan waktu.

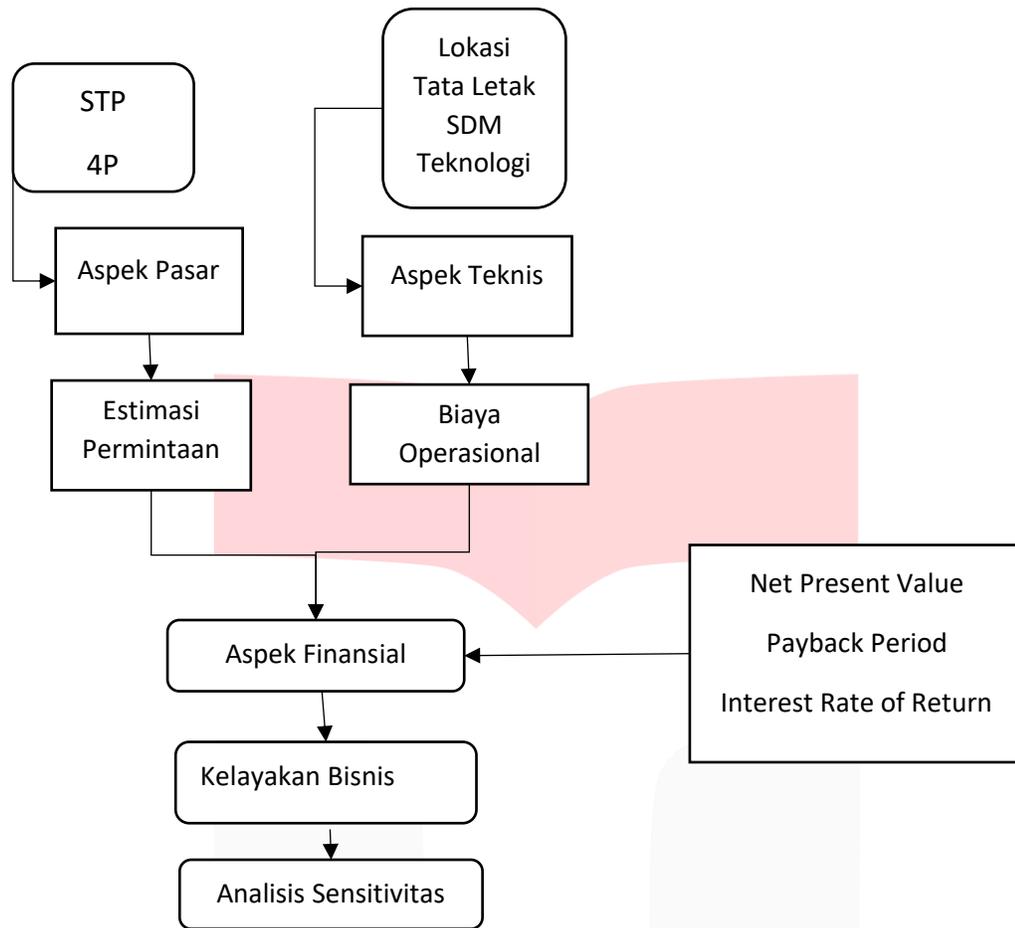
3. *Interest Rate of Return*

Menyamakan nilai pengeluaran modal saat ini berdasarkan tingkat suku bunga dengan nilai yang diharapkan di masa sekarang.

Analisis Sensitivitas

Analisis yang digunakan untuk melihat dampak jika terjadi perubahan-perubahan komponen pada aspek finansial.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara atau angket yang berhubungan dengan objek penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan instrument penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* di mana mengambil sampel dari sumber data primer yang memiliki kriteria tertentu. Sampel yang digunakan untuk penelitian berjumlah 100 responden.

Analisis dan Pembahasan

Aspek Pasar

Berdasarkan kuisisioner yang telah disebar terhadap 100 responden, diperoleh bahwa segmentasi pasar Imam Optik Bandung adalah wanita berumur 18-24 tahun yang menggunakan kacamata juga senang berbelanja melalui *e-commerce* atau *market place*. Target pasar dari Imam Optik Bandung adalah wanita yang menggunakan kacamata berusia 18-24 tahun, lebih menyukai berbelanja secara *online* karena harganya yang lebih murah.

Imam Optik Bandung memposisikan perusahaan sebagai penyedia kacamata dengan harga terjangkau dan memiliki banyak variasi bingkai kacamata.

Aspek Teknis

Rangkaian proses bisnis melibatkan pemesanan kacamata, menyiapkan pesanan, proses faset dan pemasangan lensa kemudian mengemas pesanan untuk dikirim kepada konsumen. Dalam serangkaian proses bisnis Imam Optik Bandung melibatkan 9 orang sumber daya manusia. Lokasi usaha terletak di Baleendah, Kabupaten Bandung terdapat beberapa peralatan yang dibutuhkan agar proses operasional perusahaan berjalan dengan lancar.

Aspek Finansial

Dalam menilai kelayakan dalam aspek finansial terdapat tiga metode untuk menilainya yaitu, NPV IRR dan PBP. Laporan laba rugi, laporan neraca dan laporan arus kas dibutuhkan dalam menghitung nilai NPV, IRR dan PBP. Hasil proyeksi laba rugi didapatkan bahwa pada tahun 2021 diproyeksikan akan mendapatkan laba sebesar Rp 225.432.563 dan diprediksi setiap tahunnya akan ada kenaikan laba.

Tabel 1 Laba Rugi

Tahun	Laba Rugi
2021	Rp 225.432.563
2022	Rp 238.724.969
2023	Rp 269.924.332
2024	Rp 304.518.288
2025	Rp 342.652.441

Dalam menghitung sebuah NPV, IRR dan PBP dibutuhkan nilai akhir dari arus kas. Pada tahun 2021 diprediksikan saldo kas adalah Rp 32.077.679 dan untuk periode tahun 2025 saldo kas diprediksi berjumlah Rp 1.113.061.902

Tabel 2 Saldo Kas Akhir

Tahun	Saldo Kas Akhir
2021	Rp 32.077.679
2022	Rp 272.987.563
2023	Rp 507.535.941
2024	Rp 792.937.594
2025	Rp 1.113.061.902

Setelah nilai saldo kas akhir didapat maka selanjutnya dihitung nilai NPV, PBP dan IRR. Hasil nilai NPV didapat 2.790.101.233 dari perolehan nilai tersebut maka $NPV > 0$, nilai IRR sebesar 451% dan PBP adalah 1 tahun.

Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas yang digunakan pada penelitian ini adalah penurunan penjualan. Didapatkan bahwa penurunan penjualan 23% masih layak untuk bisnis dijalankan karena nilai NPV > 0. Sementara itu hasil penurunan penjualan sebesar 24% tidak dapat dijalankan karena nilai NPV < 0.

Kesimpulan

Aspek Pasar

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner didapat bahwa target pasar yang berpotensi untuk Imam Optik Bandung adalah perempuan yang menggunakan kacamata, berusia 18-24 tahun dari kalangan menengah ke bawah.

Aspek Teknis

Dibutuhkan 9 orang tenaga kerja agar proses bisnis Imam Optik Bandung dapat terlaksana dengan lancar. Berdasarkan kebutuhan Imam Optik Bandung untuk peralatan yang akan digunakan dibutuhkan biaya awal investasi sebesar Rp 68.200.000.

Aspek Finansial

Mengembangkan bisnis Imam Optik Bandung dapat dikatakan layak untuk dijalankan dikarenakan nilai NPV > 1, nilai PBP atau waktu yang digunakan untuk pengembalian modal adalah 1 tahun dan IRR sebesar 451% maka bisnis layak untuk dijalankan.

Analisis Sensitivitas

Penurunan penjualan sebesar 24% akan membuat bisnis tidak dapat dijalankan dikarenakan nilai NPV < 0.

3

Referensi

Kasmir, & Jafar. (2015). No Title. In *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi* (9th ed., pp. 7–22). Kencana Predana Media Group.

Kemp, S., & Moey, S. (2019). Ecommerce in Indonesia in 2019 — DataReportal – Global Digital Insights. In *Hootsuite*.

Kurniawan, K. (2018). *E-BUSINESS A. Pengertian E-Business*.

Pratama, M. A. (2020). Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. *Kompas.Com*.