

ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN TOKO TAS ESGOTADO DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS, DAN ASPEK FINANSIAL

Suryo Azdkiyo Abe, Ir. Budi Paptono, M.M., Maria Dellarosawati Idawicasakti. ST.,MBA
 e-mail: adzkiyo@yahoo.com, budipraptono@telkomuniversity.ac.id, dellarosawati@gmail.com
 Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

Abstract

Esgotado small and medium-scale company that stood since November 2012. Esgotado located in the city of Bandung, at this location Esgotado produce and sell their products online. During this time Esgotado been doing promotions through social media such as websites, twitter & facebook that keep running until ini. Since information technology is growing rapidly and proved to be very supportive and helpful to the process of marketing and selling products, but with the number of shopping destinations in the cities greater then the conventional sales process through transactions on shopping remains an important issue in improving product sales. with many opportunities that can be optimized by the company Esgotado that one of the huge market potential of the region, the city of Bandung as one of the opportunities that can be exploited by management Esgotado to improve profit. Companies Esgotado want to increase sales revenue by opening stores offline to market its products, the need to store opens investment feasibility analysis Esgotado bag In this study, the financial aspect is calculated in the form of investment funds, expected revenues, operating costs, state revenue, cash flow and balance sheet to assess the level of investment as PBP, NPV, IRR. Periods in making financial projections is set for 5-year financial projections by MARR = 14%. The result of the calculation of the level of investment that is: NPV = Rp. 225,922,772 IRR = 59% and PBP = 1.50 years. offline store openings feasible or greater than MARR IRR and NPV positive.

Keywords: Feasibility Analysis , NPV , IRR , PBP , Esgotado Offline Store

PENDAHULUAN

Esgotado adalah perusahaan skala kecil menengah yang berdiri sejak November 2012. Esgotado berlokasi di kota Bandung, di lokasi inilah Esgotado memproduksi dan menjual produknya secara *online*. Selama ini Esgotado telah melakukan promosi melalui media sosial seperti *website, twitter & facebook* yang tetap berjalan hingga saat ini. Berdasarkan data penjualan selama 4 tahun jumlah pemesan mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan penjualan pertahun berkisar 26,05%, selengkapnya data penjualan tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel I.1 Peningkatan Penjualan Egotado 2012-2015

Penjualan Esgotado			
2012	2013	2014	2015
Rp. 15.000.000	Rp. 200.000.000	Rp. 627.707.000	Rp. 3.084.929.000

Sumber : Data Laporan Keuangan Esgotado 2016

Meskipun sejak teknologi informasi berkembang pesat dan terbukti sangat mendukung dan bermanfaat bagi proses pemasaran dan penjualan produk, namun dengan banyaknya destinasi belanja pada kota-kota besar maka proses penjualan secara konvensional melalui transaksi pada pertokoan tetap menjadi hal yang penting dalam meningkatkan penjualan produk. Sampai saat ini, penjualan konvensional masih merupakan suatu cara yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Masyarakat Indonesia yang secara umum masih kurang terbiasa dengan *online shop* merupakan hal yang penting untuk di pertimbangkan pengusaha untuk

menyediakan aktiva tetap sebagai penjarang masyarakat yang belum terbiasa belanja online tersebut.

Dalam kurun waktu 2014-2016, konsumen yang melakukan pembelian secara *online* banyak yang menanyakan keberadaan dari toko *offline* Esgotado, konsumen yang biasanya menanyakan keberadaan toko *offline* ini adalah konsumen yang berada di Jawa Barat dan JABODETABEK. Kadang diwaktu tertentu konsumen yang disebutkan diatas tersebut datang sebagai wisatawan ke daerah Bandung dan ingin secara langsung melakukan transaksi dengan mengunjungi toko *offline* dari Esgotado. Adapun data kosumen yang menanyakan keberadaan dari toko *offline* Esgotado selengkapnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel I.2 Jumlah Konsumen yang Menanyakan Toko *Offline* Tahun 2016

Bulan	Okt 2015	Nov 2015	Des 2015	Jan 2016	Feb 2016	Mar 2016
Konsumen	350	450	300	500	500	600

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa konsumen tas Esgodato memiliki antusias yang tinggi terhadap keberadaan toko *offline* tas Esgotado. Hal ini merupakan sebuah peluang bagi pengusaha tas Esgotado untuk meningkatkan penjualan dengan membangun toko *offline* di jalan Trunojoyo kota Bandung.

Selain itu, jika dilihat dari data statistik penduduk Kota Bandung pada tahun 2013 mencapai 2.483.977 jiwa (BPS Kota Bandung, 2013) sedangkan untuk jumlah wisatawan domestik dan mancanegara dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel I.3 Jumlah Wisatawan Kota Bandung
Tahun 2008-2012

Tahun	Wisatawan		
	Mancanegara	Domestik	Jumlah
2008	74.730	1.346.729	1.421.459
2009	168.712	2.928.157	3.096.869
2010	180.603	3.024.666	3.205.269
2011	194.062	3.882.010	4.070.072
2012	158.848	3.254.857	3.513.705

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bandung dalam Fauzan Jurnal Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Disneck Merchandise Dilihat dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Keuangan, dan Aspek Manajemen diakses 21 Maret <https://repository.telkomuniversity.ac.id>

Metode penjualan dengan menyediakan toko *offline* bagi perusahaan industri kreatif memiliki nilai efisien yang signifikan dalam peningkatan omset, karena dapat memberikan kepastian bagi konsumen. Hal ini telah dibuktikan oleh perusahaan kreatif lainnya yang berada di Kota Bandung seperti perusahaan sepatu Brodo. Brodo adalah salah satu merk perusahaan sepatu yang diawali dari penjualan *online* pada Juni 2010 lewat jejaring sosial dan forum-forum diskusi *online*. Penjualan melalui toko *online* ini mendapat repon positif dari pasar, dan pada tahun 2011 Brodo pertama kalinya mendirikan toko *offline* di kawasan Plaza Indonesia Jakarta. Setelah adanya toko *offline* ini penjualan Brodo semakin meningkat hingga sampai saat ini sudah memiliki empat toko *offline* yang tersebar di Jakarta, Bandung, Bekasi dan Surabaya.

Mengingat banyaknya peluang yang dapat dioptimalkan oleh Esgotado untuk meningkatkan *profit*, perusahaan Esgotado berkeinginan untuk meningkatkan hasil penjualannya dengan membuka toko *offline* untuk pemasaran produknya, maka perlu dilakukan analisis kelayakan investasi pembukaan toko tas Esgotado. Analisis kelayakan dilakukan untuk mengetahui apakah pembukaan toko tas Esgotado ini layak untuk dilakukan jika ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Dalam aspek finansial, pengukuran kelayakan menggunakan indikator *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Payback Period (PBP)*.

LANDASAN TEORI

Pengertian Studi Kelayakan

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Kelayakan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Kegiatan investasi diartikan sebagai penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha (Kasmir, 2003). Suatu usaha dikatakan layak jika memberikan keuntungan bagi perusahaan yang menjalankannya, investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas (Kasmir dan Jakfar, 2003). Pada kegiatan usaha terdapat peluang dan kesempatan yang membuat para pelaku usaha berpikir untuk mengambil manfaat dari usaha tersebut, sehingga perlu dilakukan sebuah peninjauan terhadap sejauh mana kegiatan atau kesempatan itu dapat memberikan manfaat. Peninjauan dapat dilakukan dengan menggunakan studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis merupakan analisis tentang kegiatan investasi yang menunjukkan apakah investasi tersebut dapat memberikan manfaat atau hasil jika dilaksanakan (Nurmalina *et al.* 2009). Seperti pernyataan sebelumnya, studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan dan untuk menentukan layak atau tidak layak usaha tersebut untuk dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2003). Studi kelayakan bisnis sangat erat kaitannya dengan keputusan investasi.

Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis memiliki beberapa aspek yang perlu dinilai, yaitu meliputi aspek hukum, aspek pasar, aspek finansial, aspek teknis, aspek manajemen, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan (Kasmir dan Jakfar, 2003). Kelayakan bisnis yang dinilai pada penelitian ini adalah kelayakan bisnis yang dinilai berdasarkan aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial.

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

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. Terdapat 3 aspek pasar, yaitu:

a. Pasar potensial

Pasar potensial adalah sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat keinginan tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.

b. Pasar tersedia

Pasar tersedia adalah sekumpulan konsumen yang memiliki keinginan, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu. Dalam pasar yang tersedia, konsumen juga memiliki kemampuan daya beli suatu barang atau produk.

c. Pasar sasaran

Pasar sasaran adalah kelompok spesifik dari pelanggan potensial yang dijadikan sasaran dalam rencana pemasaran suatu perusahaan (Ramdhani, 2010).

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). Analisis teknis akan dapat menentukan hasil-hasil yang potensial di areal proyek, pengujian fasilitas-fasilitas pemasaran dan penyimpanan yang dibutuhkan untuk mendukung dalam pelaksanaan proyek, pengujian sistem-sistem pengolahan yang dibutuhkan.

Hal yang perlu dikaji dalam aspek teknis anatara lain lokasi bisnis, luas produksi, proses produksi, *layout*, dan pemilihan jenis teknologi dan *equipment* (Nurmalina *et al*, 2009).

1. Lokasi Bisnis

Variabel yang mempengaruhi pemilihan bisnis terdiri atas variabel utama dan variabel bukan utama yang dimungkinkan untuk berubah. Variabel utama antara lain:

- a) Ketersediaan bahan baku, bila suatu usaha memerlukan bahan baku dalam jumlah yang besar maka bahan baku menjadi variabel yang cukup penting dalam penentuan lokasi bisnis sehingga pengusaha perlu mengetahui jumlah bahan baku yang dibutuhkan, kelayakan harga bahan baku, kapasitas, kualitas, dan kontinuitas sumber bahan baku, serta biaya pendahuluan yang diperlukan sebelum bahan baku diproses.
- b) Letak pasar yang dituju, informasi yang perlu diperoleh antara lain daya beli konsumen, pesaing dan analisis pasar lainnya.
- c) Tenaga listrik dan air, pada perusahaan yang menggunakan listrik dalam jumlah besar tentu perlu mengetahui ketersediaan listrik disuatu lokasi. Sama halnya dengan kebutuhan air bagi perusahaan yang menggunakan air cukup banyak.

- d) *Supply* tenaga kerja yang sangat mempengaruhi biaya produksi yang ditanggung oleh perusahaan harus tersedia dengan baik.
- e) Fasilitas transportasi, hal ini berkaitan dengan pertimbangan bahan baku, maka pertimbangan utama adalah transpostasi menuju pasar.

3. Aspek Finansial

Aspek finansial adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Konsep *cost of capital* (biaya-biaya untuk menggunakan modal) dimaksudkan untuk menentukan berapa besar biaya riil dari masing-masing sumber dana yang dipakai dalam investasi. Aspek finansial merupakan suatu gambaran yang bertujuan untuk menilai kelayakan suatu usaha untuk dijalankan atau tidak dijalankan dengan melihat dari beberapa indikator. Adapun kriteria yang biasa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu bisnis atau investasi adalah :

- 1. Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (Kasmir dan Jakfar, 2003). Ada 2 macam model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut

a. Apabila kas bersih setiap tahun sama :

$$PP = \frac{Investasi}{KasBersih/Tahun} \times 1 \text{ tahun} \dots\dots (II.1)$$

b. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda :

$$PP = \frac{SisaInvestasi}{KasBersihselanjutnya} \times 1 \text{ tahun} \dots\dots (II.2)$$

Jika *payback period* > umur ekonomis, **Investasi ditolak**

Jika *payback period* < umur ekonomis, **Investasi diterima**

Jadi, kriteria penilaian pada metode *payback period* ini adalah jika *payback period* lebih kecil dari waktu maksimum yang disyaratkan maka investasi diterima, dan sebaliknya bila *payback period* lebih besar atau lebih lama dari waktu yang disyaratkan maka investasi ditolak.

Kelebihan metode *payback period*:

- a) Lebih mengutamakan *investasi* yang menghasilkan aliran kas yang lebih cepat

- b) Cukup akurat untuk mengukur nilai *investasi* yang diperbandingkan untuk beberapa kasus dan bagi pembuat keputusan.

Kekurangan metode *payback period*:

- a) Mengabaikan nilai waktu dari pada uang (*time value of money*)
- b) Mengabaikan penerimaan–penerimaan *investasi* atau *proceeds* setelah *Pay Back Period* tercapai.

2. Metode *internal rate of return*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal (Umar, 2001). Rumus yang digunakan seperti dibawah ini :res

$$IRR = i1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} (i2 - i1) \dots (II.6)$$

i1 = Tingkat bunga ke-1 NPV1 = NPV positif

i2 = Tingkat bunga ke-2 NPV2 = NPV negatif

Kesimpulan :

Jika $IRR >$ dari bunga pinjaman, maka **investasi diterima**

Jika $IRR <$ dari bunga pinjaman, maka **investasi ditolak**

Jadi, kriteria penilaian pada metode *internal rate of return* ini adalah jika IRR lebih kecil dari bunga pinjaman maka investasi ditolak, dan sebaliknya bila IRR lebih dari bunga pinjaman maka investasi diterima.

Kelebihan metode *internal rate of return*:

- a) Tidak mengakibatkan aliran kas selama periode proyek.
- b) Memperhitungkan nilai waktu dari pada uang.
- c) Mengutamakan aliran kas awal dari pada aliran kas belakangan.

Kekurangan metode *internal rate of return*:

- a) Memerlukan perhitungan COC (*Cost Of Capital*) sebagai batas minimal dari nilai yang mungkin dicapai.
- b) Lebih sulit dalam melakukan perhitungan.

3. Metode *net present value* (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan ukuran yang digunakan untuk mendapatkan hasil neto (*net benefit*) secara maksimal yang dapat dicapai dengan investasi modal atau pengorbanan sumber-sumber lain. Selisih antara nilai

kedua PV itulah yang dikenal dengan *net present value* (NPV), (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Rumus dari NPV adalah sebagai berikut :

$$NPV = \sum PV. \text{ Kas Bersih} - PV \text{ Investasi} \dots \dots \dots (II.7)$$

Kesimpulan :

Jika NPV (+), **investasi diterima**

Jika NPV (-), **investasi ditolak**

Jadi, kriteria penilaian pada metode *net present value* ini adalah jika NPV bernilai positif maka investasi diterima, dan sebaliknya bila NPV bernilai negatif maka investasi ditolak.

Kelebihan metode *net present value*:

- a) Memperhatikan nilai waktu dari pada uang (*time value of money*).
- b) Mengutamakan aliran kas yang lebih awal.
- c) Tidak mengabaikan aliran kas selama periode proyek atau *investasi*.

Kekurangan metode *net present value*:

- a) Memerlukan perhitungan *Cost Of Capital* sebagai *Discount Rate*.
- b) Lebih sulit penerapannya dari pada *Pay Back Period*.

Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dibutuhkan dalam rangka mengetahui sejauh mana dampak parameter-parameter investasi yang telah ditetapkan sebelumnya boleh berubah karena adanya faktor situasi dan kondisi selama umur investasi, sehingga perubahan tersebut hasilnya akan berpengaruh secara signifikan pada keputusan yang telah diambil (Giatman, 2006). Contoh perhitungan biaya investasi, biaya yang telah diperoleh melalui pengumpulan dan pengolahan data-data yang relevan untuk itu, namun selama proses evaluasi sampai implementasi fisik dilaksanakan kemungkinan terjadinya perubahan kondisi dan fluktuasi harga yang besar diluar perkiraan dapat saja terjadi. Batasan nilai-nilai perubahan/fluktuasi tersebut yang akan mampu mengubah kembali keputusan sebelumnya disebut dengan tingkat sensitivitas dari suatu parameter yang di uji.

Parameter-parameter investasi yang memerlukan analisis sensitivitas antara lain :

- 1. Investasi
- 2. Benefit/pendapatan
- 3. Biaya/pengeluaran

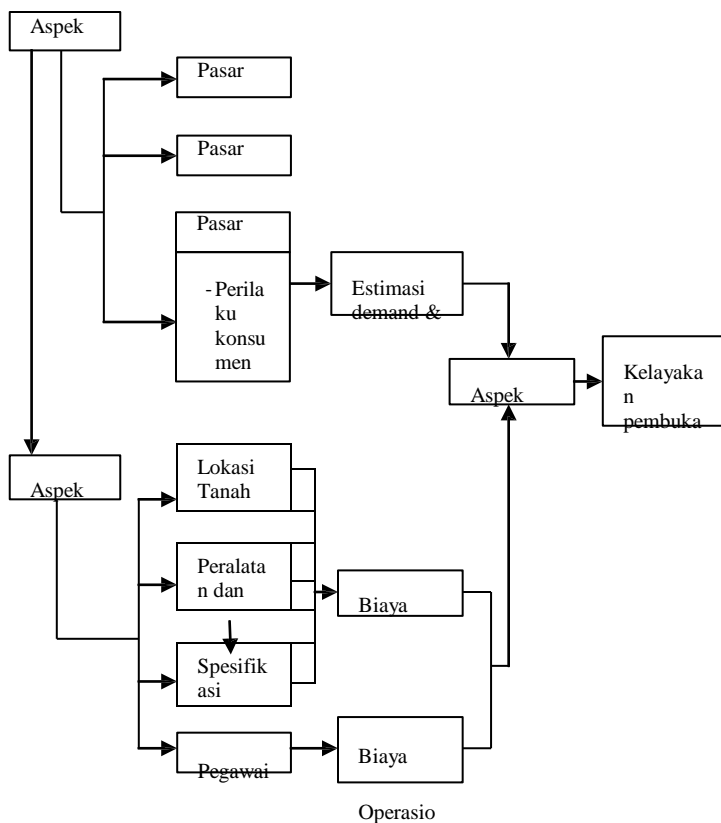
4. Suku bunga

Analisis sensitivitas umumnya mengandung asumsi bahwa hanya satu parameter saja yang berubah (variabel), sedangkan parameter yang lainnya diasumsikan relatif tetap dalam satu persamaan analisis. Untuk mengetahui sensitivitas parameter lainnya, maka diperlukan persamaan kedua, ketiga, dan seterusnya.

Analisis sensitivitas dapat ditinjau atas dua perspektif berikut:

1. Sensitivitas terhadap dirinya sendiri, yaitu sensitivitas pada kondisi *break event point* (titik pulang pokok), yaitu saat NPV = 0 atau AE = 0 atau jumlah faktor bunga = 0.
2. Sensitivitas terhadap alternatif lain, biasanya ditemukan jika terdapat (n) alternatif yang harus dipilih salah satunya untuk dilaksanakan.

METODOLOGI PENELITIAN



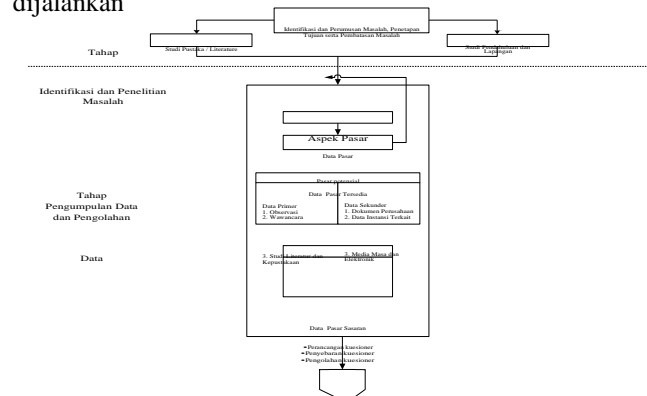
Gambar Model Konseptual

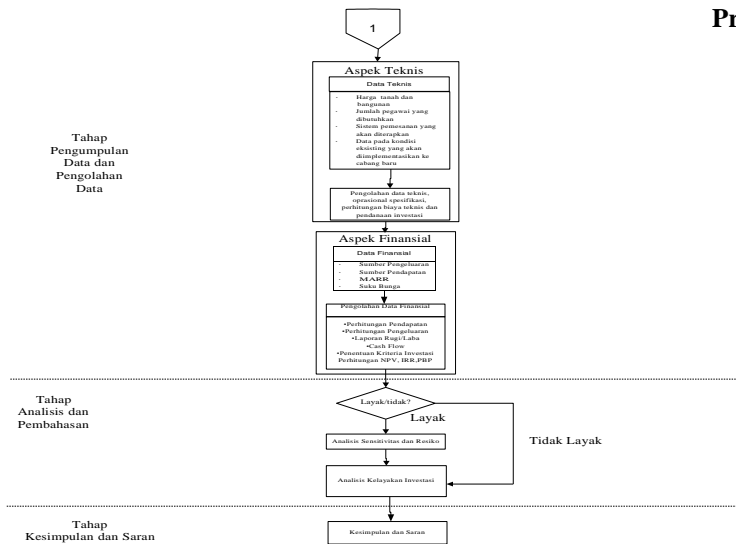
Dari gambar diatas terlihat bahwa analisis kelayakan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Aspek – aspek tersebut saling berhubungan antara satu sama lain. Hubungan aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial

dapat menghasilkan kesimpulan mengenai kelayakan investasi yang secara umum dilihat dari segi finansial. Besarnya pasar dan potensi pasar dapat diketahui dengan melakukan riset mengenai pemasaran produk yang akan dijual, hal tersebut dapat dilakukan dengan mencari data secara langsung dari calon konsumen maupun diperoleh dari sumber-sumber yang berkompeten lainnya. Analisis aspek pasar tersebut untuk menentukan banyaknya calon konsumen tas Esgotado sehingga perusahaan dapat mengantisipasi segala kemungkinan, mulai dari perkiraan jumlah permintaan pasar sampai pada kemungkinan terburuk. Setelah besaran pasar potensial diketahui maka kemudian disusun bagaimana strategi pemasarannya. Hasil dari aspek pasar ini akan memberikan masukan dalam aspek teknis dan aspek finansial.

Hasil analisis kedua aspek diatas akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis aspek finansial. Analisis aspek ini meliputi analisis dana yang dikeluarkan, pendapatan, biaya operasional serta perhitungan parameter untuk menilai besar dana yang dikeluarkan untuk pembukaan toko. Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya investasi yang dibutuhkan. Kemudian juga diteliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika toko Egotado dijalankan dan berapa lama dana yang dikeluarkan untuk pembangunan toko akan kembali. Kriteria kelayakan keuangan/finansial akan dilihat dari nilai NPV, IRR, dan PBP.

Keputusan akan diambil sesuai dengan kriteria kelayakan usaha dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan sebelumnya. Jika hasil pengolahan data dan analisis menunjukkan bahwa pengembangan usaha ini layak untuk dijalankan maka penelitian ini akan dijalankan. Tetapi jika hasil dari pengolahan data dan analisis menunjukkan tidak layak maka tidak akan dijalankan





Gambar Sistematika Pemecahan Masalah

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Profil Perusahaan

Berawal dari sebuah konveksi bernama Abe Clothing yang berdiri sejak 1988 yang memproduksi segala macam pakaian. Pada November 2012 Abe Clothing membuat merek bernama Esgotado yang fokus memproduksi dan menjual tas. Saat ini Esgotado sudah berhasil menjual ribuan produk ke seluruh Indonesia dengan hanya menggunakan media *online*.

Logo Perusahaan



Gambar Logo Perusahaan

Gambar diatas merupakan logo perusahaan dari Esgotado yang menjadi identitas dari perusahaan dan merek tersebut. Tulisan Esgotado yang berasal dari bahasa Portugis yang memiliki pengertian terjual, dengan demikian harapan dari nama tersebut dapat terintegrasi terhadap tingkat penjualan dari produk itu sendiri. Sedangkan *Good Choice for Good Looking* memiliki makna pilihan yang baik dari bahan baku

produk Esgotado akan terlihat menarik dimata konsumen dengan desain yang elegan dengan menyesuaikan kebutuhan pasar.

Produk Perusahaan



Tas Ransel



Tas Selempang



Tas Jinjing

Aspek Pasar

Aspek pasar tas esgotado diperoleh dengan pengumpulan dan pengolahan data kuesioner.

A. Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

- Desain kuesioner
- Penentuan Sampel Populasi
- Penyebaran Kuesioner
- B. Pengolahan Data Pasar
- Pengkodean Kuesioner
- Rekap Data Kuesioner
- Pengujian Validitas
- Uji reliabilitas
- Karakteristik pasar
- Penentuan pasar potensial,tersedia dan sasaran
- Perhitungan perkiraan demand

Untuk mengetahui ramalan permintaan (*demand*) dan pendapatan perusahaan dalam tahun-tahun ke depan maka harus dilakukan pengolahan data berdasarkan kuesioner yang telah disebar. Kuesioner yang telah disebar dapat dilihat seberapa besar pasar tersedia, pasar potensial dan pasar sasaran dari pembukaan cabang Toko Tas Esgotado

Pasar Potensial

Variabel keminatan terhadap produk Tas Esgotado dijadikan sebagai variabel penentu pasar potensial. Responden yang menjawab berminat diklasifikasikan sebagai pasar potensial sedangkan sisanya diklasifikasikan sebagai pasar tidak potensial. Dari hasil perhitungan frekuensi, terlihat bahwa dari total 200 orang responden, semuanya berminat terhadap produk Tas Esgotado.



Dengan persentase pasar potensial sebesar 100%, hal ini tergolong sangat besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa cabang Toko Tas Esgotado sebagai suatu produk yang memiliki inovasi dalam produk dan layanan mendapatkan respon positif dan diterima sangat baik, khususnya bagi masyarakat di sekitar Jl. Trunojoyo yang berada di Sultan Agung Kota Bandung.

Pasar Tersedia

Pasar tersedia untuk produk Tas Esgotado didefinisikan sebagai pasar potensial yang memiliki minat, dan

kemampuan terhadap pembelian produk Tas Esgotado. Variabel pembentuk pasar tersedia pada produk Tas Esgotado adalah keminatan terhadap produk dan kemampuan responden membeli produk.

Pasar Sasaran

Pengertian dari pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang akan dimasuki oleh perusahaan sesuai dengan kesiapan dan kebijakan perusahaan. Dengan melakukan wawancara pada pemilik Tas Esgotado tentang kesiapan dalam memasuki pasar baru di wilayah baru, pemilik akan membidik sekitar 2% dari pasar tersedia. Dengan berdasarkan jumlah *competitor* yang ada, hanya ada satu *competitor* (merk produk sejenis yang sudah terkenal). Namun pasar tersedia bukan berarti pasar yang dimiliki oleh produk yang sejenis saja melainkan yang tidak menjual produk sejenis juga merupakan *competitor*. Oleh karena itu perusahaan membidik 2% dari total pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk dari Tas Esgotado.

Aspek Teknis

Kegiatan usaha yang bersifat menghasilkan produk atau mengolah hasil yang memerlukan proses produksi diperlukan mengenai kajian dari aspek teknis. Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah lokasi usaha sebagai sarana penentuan tempat pemasaran, manajemen sumber daya manusia untuk mengetahui berapa pegawai yang dibutuhkan, kapasitas produksi untuk mengetahui jumlah produksi, layout tempat usaha untuk memudahkan proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien.

Evaluasi Kapasitas Mendatangkan Produk

Besarnya kapasitas produksi dipengaruhi oleh besarnya *demand*, pada tahun 2015 diketahui besarnya total demand adalah sebesar 4.812. Dengan modal belanja awal yang dimiliki Tas Esgotado, secara matematis memang Tas Esgotado memiliki kemampuan untuk mendatangkan produk 401 Tas Esgotado dalam waktu satu bulan, yang terdiri dari tas gendong dan tas selendang. Jika disesuaikan dengan kapasitas penjualan dalam satu hari perusahaan Tas Esgotado dapat menjual 16 produk tas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa melalui usaha-usaha pemasaran yang akan dilakukan director dan juga besarnya pasar sasaran yang dimiliki oleh perusahaan maka angka penjualan sebanyak 4.812 buah Tas Esgotado dalam waktu satu tahun sangat mungkin untuk dicapai bahkan bisa lebih dari peramalan *demand* tersebut.

Evaluasi Lokasi Toko

Lokasi tempat operasional perusahaan terletak di sekitar Jl. Trunojoyo yang berada di Kota Bandung yang mudah untuk diakses dan merupakan kawasan pusat kota serta salah satu pusat daerah belanja di Kota Bandung yang sudah dikenal. Dari hal tersebut, maka daerah Jl. Trunojoyo yang berada di Kota Bandung dinilai baik karena memiliki pasar sasaran yang besar.

Evaluasi Layout Bangunan

Layout bangunan operasional Tas Esgotado yang terdiri dari satu ruangan, dimana segala aktivitas dilakukan di satu ruangan tersebut. Tetapi ruangan tersebut didesain sedemikian rupa agar menghasilkan tingkat efektifitas kerja yang optimal dan memberikan kenyamanan bagi pembeli yaitu dengan luas 6x5 m².

Evaluasi Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia berperan penting pada proses operasional. Telah ditentukan bahwa 1 orang *director* yaitu dipegang langsung oleh pemilik, 1 orang kasir untuk melayani konsumen pada saat pembayaran, 2 orang pelayan untuk fokus membantu konsumen dalam mencari produk tas yang sesuai dengan keinginannya. Penempatan dan jumlah sudah diatur agar menghasilkan tingkat efektifitas dan efisiensi kerja yang optimal.

Aspek Finansial

Aspek yang paling penting dalam menilai kinerja perusahaan adalah aspek finansial. Dari analisa aspek finansial dapat diketahui posisi keuangan perusahaan dalam 5 tahun ke depan sehingga dapat dilakukan perbaikan jika terdapat ketidaksesuaian dari sisi keuangan.

Analisis Cash Flow

Aliran kas dibuat dalam periode 5 tahun (2014 – 2019). Fungsi aliran kas untuk melihat adanya perubahan *cash* yang masuk dan *cash* yang keluar dalam pembukaan cabang Toko Tas Esgotado. *Net inflow* setiap tahun mengalami *surplus* setiap tahunnya. Pada tahun 2014 *net inflow* belum mengalami *surplus*, akan tetapi hal itu dapat diimbangi dengan pendapatan dari penjualan produk, yang naik tiap tahunnya.

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 5 tahun, diperoleh NPV adalah Rp. Rp225.922.772 Karena nilai NPV di akhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi, pembukaan cabang Toko Tas Esgotado ini layak untuk dijalankan.

Tabel Error! No text of specified style in document..INPV Kumulatif

Tahun	NPV Kumulatif
2014	Rp -101.262.726
2015	Rp -33.663.054
2016	Rp 33.052.191
2017	Rp 98.686.265
2018	Rp 163.034.801
2019	Rp 225.922.772

Analisis Internal Rate of Return (IRR)

IRR merupakan salah satu faktor penting untuk menentukan kelayakan suatu proyek atau bisnis. Tingkat IRR yang dicapai untuk periode investasi 5 tahun adalah 59%. Tingkat IRR 59% berarti bahwa proyek/bisnis ini memberikan laju keuntungan sebesar 59% per tahun. Dimana angka IRR ini lebih besar jika dibandingkan dengan MARR (*Minimum Atractive Rate of Return*) yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan oleh pemilik Tas Esgotado yaitu 14%. Dikarenakan nilai IRR lebih besar daripada nilai MARR maka pembukaan cabang Toko Tas Esgotado ini dapat dikatakan layak.

Analisis Payback Period (PBP)

Analisis *payback period* digunakan untuk menentukan periode atau waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian modal atau investasi awal. Dengan menggunakan estimasi *cashflow* didapat *payback period* selama 1,50 tahun sejak bisnis ini dijalankan. Pada periode tersebut nilai kumulatif kas telah menunjukkan hasil positif sehingga dapat dikatakan bahwa waktu pengembalian dibawah usia investasi yang ditentukan di awal, yaitu selama 5 tahun.

Analisis Sensitivitas

Untuk mengantisipasi keadaan yang tidak diharapkan dengan pembukaan cabang Tas Esgotado, dilakukan analisis sensitivitas terhadap perkiraan yang telah dilakukan sebelumnya. 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 cabang Tas Esgotado yang dapat mempengaruhi kelayakan cabang tas esgotado ini. 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).

Kesimpulan

Hasil dari penelitian Analisis Kelayakan Investasi Pembukaan Cabang Toko Tas Esgotado di Kota Bandung ini ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek Pasar dan Aspek Teknis

a. Aspek Pasar

➤ Pasar potensial

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan sebanyak 200 kuesioner, terdapat 200 responden menyatakan berminat untuk membeli tas Esgotado. Besarnya persentase pasar potensial untuk pembukaan cabang Toko Tas Esgotado yang rencana dibuka di Wilayah sekitar Jl. Trunojoyo yang berada di Kota Bandung adalah 100%.

➤ Pasar tersedia

Pasar tersedia untuk pembukaan cabang Toko Tas Esgotado ditentukan berdasarkan kuesioner yang disebarakan ke 200 responden, menyatakan berminat dan bersedia membeli dengan *range* harga yang telah ditentukan. Besarnya persentase pasar tersedia untuk pembukaan cabang Toko Tas Esgotado yang rencana dibuka di Wilayah sekitar Jl. Trunojoyo yang berada di Kota Bandung adalah 64.5%.

➤ Pasar sasaran

Dengan melakukan wawancara pada pemilik Toko Tas Esgotado tentang kesiapan dalam memasuki pasar baru di wilayah baru, pemilik akan membidik sekitar 2% dari pasar tersedia. Dengan berdasarkan jumlah *competitor* yang ada, hanya ada satu *competitor* (Toko produk sejenis yang sudah terkenal). Namun pasar tersedia bukan berarti pasar yang dimiliki oleh produk yang sejenis saja melainkan yang tidak menjual produk sejenis juga merupakan *competitor*. Maka perusahaan membidik 2% dari total pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk dari Tas Esgotado.

2. Aspek Teknis

Aspek teknis dari pembukaan cabang Toko Tas Esgotado sudah dianggap layak karena memproyeksikan dari aspek teknis yang eksisting, hanya berbeda dari jumlah pegawai. Jumlah pegawai disesuaikan dengan peramalan jumlah pelanggan yang akan didirikan di Wilayah sekitar Jl. Trunojoyo yang berada di Kota Bandung

3. Aspek Finansial

Dalam penelitian ini, aspek finansial yang dihitung berupa kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan, biaya operasional, *income state*, *cashflow* dan *balance sheet* untuk menilai tingkat investasi seperti PBP, NPV, IRR. Periode dalam pembuatan proyeksi keuangan

ditetapkan selama 5 tahun. Adapun hasil perhitungan untuk menilai tingkat investasi adalah sebagai berikut:

NPV: Rp 225.922.772

IRR: 59%

PBP: 1,50 Tahun

Kebutuhan dana yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 101.262726. Tingkat pengembalian dan keuntungan produk ini (*pay back period*) adalah selama 1 tahun 5 bulan.

4. Analisis Sensitivitas

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas terhadap perubahan naiknya biaya investasi, biaya operasional, biaya bahan baku, turunnya harga jual dan jumlah pelanggan terhadap penilaian kelayakan investasi (NPV, IRR, PBP). Terbukti variabel yang sangat berpengaruh adalah peningkatan penurunan nilai/harga jual yang hanya mengalami penurunan 3% menyebabkan nilai IRR kurang dari MARR yang menyebabkan IRR 6% sehingga investasi ini menjadi tidak layak.

SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, saran untuk pemilik Toko Tas Esgotado adalah:

- Agar memperhatikan perkembangan penjualan tiap bulannya, jika penjualan naik di tiap bulannya jangan menunggu tahun berikutnya untuk menaikkan *demand*. Jumlah penjualan perlu dinaikan pada bulan berikutnya walaupun belum menginjak pada tahun berikutnya.
- Pemilik harus dapat menjaga suasana kerja supaya pekerja nyaman dan dapat bekerja secara maksimal dan meminimalisir penerapan diskon sebagai penarik minat pembeli serta harus meningkatkan penjualan, karena yang sangat berpengaruh pada aspek finansial adalah jumlah penurunan nilai jual yang dibuktikan dari analisis sensitivitas.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

- Perlu dipertimbangkan untuk mencari data-data sekunder lebih banyak sebagai bahan perbandingan dalam melakukan kajian, seperti data *competitor*.
- Untuk penelitian berikutnya skalanya harus lebih luas contohnya untuk pasar se-Indonesia, karena tidak mustahil Toko Tas Esgotado ini memiliki pasar sasaran yang lebih besar dengan membuka cabang lain di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- CNN Indonesia.Com di akses 21 Maret 2016
- Dinas Pariwisata Kota Bandung dalam Fauzan Jurnal Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Disneck Merchandise Dilihat dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Keuangan, dan Aspek Manajemen diakses 21Maret<https://repository.telkomuniversity.ac.id>
- Data Laporan Keuangan Esgotado 2016
- Giatman, M., 2006, **Ekonomi Teknik**, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir, S.E., M.M. dan Jakfar, S.E., M.M. 2003. **Studi Kelayakan Bisnis**. Edisi 2. Jakarta: Prenada Media Group
- Muhammad, Suwarsono dan Husnan, Suad. 2005, **Studi Kelayakan Proyek**, Edisi 4. Yogyakarta: UPP AMPYKPN
- Nurmalina, R., T. Sarianti, A. Karyadi. 2010. **Studi Kelayakan Bisnis**. Departemen Agribisnis FEM IPB. Bogor.
- Umar, Husein. 2001. **Studi Kelayakan Bisnis**. Edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [Wyndo Mitra](#) Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar *E-Commerce* di Indonesia Saat Ini di akses 21 Maret dari <http://startupbisnis.com>