Perancangan dan Analisis Kelayakan *Offline Store* Yummypiv

Design and Feasibility Analysis of Yummypiv Offline Store

1st Enggar Mariyanto
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
enggarmariyanto@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Farda Hasun
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
fardahasun@telkomuniversity.ac.id

3rd Meldi Rendra
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
meldirendra@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Bisnis Yummypiv sudah berjalan selama hampir 5 tahun, dimulai ketika wabah Covid-19 berlangsung, di mana owner memanfaatkan peluang saat pandemi tersebut untuk membuka bisnis yang menjual makanan dan cemilan dengan sistem penjualan secara *online*. Yummypiv merupakan toko *online* yang menjual produknya melalui *whatsapp business*, *shopeefood*, *gofood*. Nilai penjualan Yummypiv dari tahun pertama mengalami kenaikan karena semakin banyak pelanggan baru. Untuk mengembangkan dan menjaga keberlanjutan bisnis, pemilik berencana membuka *offline store* yang memerlukan dana cukup besar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan melakukan analisis kelayakan pembukaan *offline store* berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan juga aspek finansial. Hasil penelitian menunjukkan pasar potensial sebesar 96% dan pasar tersedia sebesar 96% dari pasar potensial, yaitu sebesar 109.747 orang. Dengan dengan MARR sebesar 11,55%, diperoleh nilai NPV sebesar Rp241.356.617, nilai IRR sebesar 47,13%, dan nilai PBP selama 2,54 tahun. Proyek sangat sensitif terhadap peningkatan harga bahan baku dan sensitif terhadap penurunan penjualan. Kenaikan harga bahan baku sebesar lebih dari 4% dan penuruan penjualan lebih dari 8% akan membuat proyek menjadi tidak layak.

Kata kunci - Analisis Kelayakan Bisnis, Perancangan Offline Store, Yummypiv

ABSTRACT

Yummypiv has been operating for nearly five years, starting during the COVID-19 outbreak, when the owner saw an opportunity during the pandemic to launch a business selling meals and snacks through an online system. Yummypiv is an online store that markets its products via WhatsApp Business, ShopeeFood, and GoFood. Since its first year, Yummypiv's sales have increased as more new customers have come in. To grow and ensure the sustainability of the business, the owner plans to open an offline store, which requires a significant amount of funding. This study aims to design and conduct a feasibility analysis for opening an offline store based on market, technical, and financial aspects. The results show a potential market of 96%, with 96% of that market available, equivalent to 109,747 people. With a MARR of 11.55%, the project yields a Net Present Value (NPV) of IDR 241,356,617, an Internal Rate of Return (IRR) of 47.13%, and a Payback Period (PBP) of 2.54 years. The project is highly sensitive to increases in raw material prices and to decreases in sales. An increase in raw material prices of more than 4% or a sales decline of more than 8% would render the project unfeasible.

Keywords – Business Feasibility Analysis, Offline Store Planning, Yummypiv

I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan perilaku masyarakat. Keterbatasan mobilitas, pembatasan sosial berskala besar, serta kekhawatiran akan penularan virus membuat aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara langsung, beralih ke format daring (*online*). Di tengah situasi tersebut, banyak pelaku usaha mikro kecil (UMK) mulai beradaptasi dengan mengembangkan model bisnis berbasis digital. Yummypiv merupakan salah satu contoh UMK kuliner yang berhasil lahir dan bertahan di tengah masa sulit pandemi.

Yummypiv adalah salah satu UMK yang beroperasi di Kota Tegal, Jawa Tengah, yang bergerak di bidang kuliner dan

sudah berjalan selama 4 tahun lebih. Yummypiv menawarkan berbagai produk makanan dan cemilan dengan fokus pada kualitas, cita rasa yang unik, dan inovasi dalam setiap produknya. Dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan resep yang menarik, Yummypiv mempunyai tujuan memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi para konsumen. Yummypiv aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Tiktok untuk memperluas jangkauan pasar. Produk yang sangat popular di Yummypiv adalah sebagai berikut:

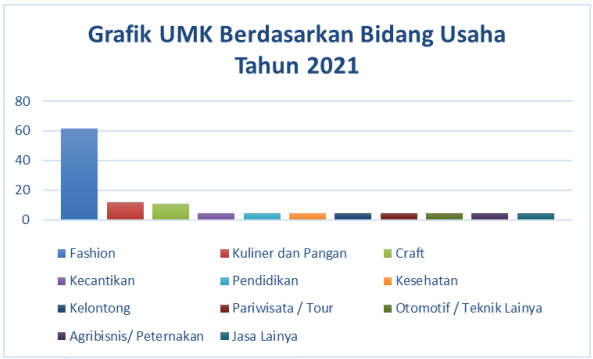
a. Ricebowl. Merupakan hidangan nasi hangat di dalam mangkuk dengan lauk ayam dan terdapat berbagai varian rasa. Produk yang ditawarkan ini memiliki banyak varian rasa seperti: *Ricebowl* ayam asam manis, *salted egg*, *creamy garlic,* mentai, dan sebagainya
b. Dimsum. Dimsum adalah makanan ringan yang berasal dari Tiongkok. Dimsum yang dibuat oleh Yummypiv ini memiliki beberapa varian seperti isian ayam, dan udang. Dimakan dengan menambahkan *topping* seperti keju mozarela ataupun saus mentai
c. Salad buah. Salad buah ini dibuat dari bahan potongan buah segar dipadukan dengan *topping* rasa yang manis. Pelanggan bisa memilih campuran buah apa yang diinginkan
d. Cemilan. Cemilan yang ada di Yummypiv sendiri terdiri dari beragam makanan ringan seperti pisang coklat atau piscok, tela-tela, cireng isi, dan sebagainya

Yummypiv mengalami pertumbuhan pesat dengan omset penjualan yang meningkat setiap bulannnya. Peningkatan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti strategi pemasaran yang efektif, kualitas produk yang baik, dan perhatian kepada kepuasaan konsumen. Adapun grafik omset penjualan dari Yummypiv menurut data terbaru tahun 2024 dapat dilihat di gambar 1.

Gambar 1. Omset Yummypiv Tahun 2024

Seperti yang terlihat pada grafik bahwa Yummypiv memiliki grafik omset penjualan yang stabil dan terus meningkat setiap bulan. Yummmypiv menunjukkan kinerja yang sangat baik di pasar lokal Kota Tegal. Hal ini mencerminkan adanya permintaan yang stabil bahkan terus berkembang untuk produk kuliner yang ditawarkan seperti salad buah, ricebowl, dimsum dan cemilan lainnya. Melihat perkembangan tersebut, owner atau pemilik Yummypiv memandang bahwa potensi pertumbuhan usaha tidak hanya bisa dimaksimalkan secara *online*, tetapi juga melalui kehadiran secara fisik di tengah masyarakat. Oleh karena itu, pembukaan *store offline* menjadi langkah strategis selanjutnya. Toko fisik diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awareness*, serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan interaktif. Keputusan untuk membuka *offline store* juga didorong oleh perubahan tren perilaku konsumen pasca-pandemi, di mana masyarakat mulai kembali menikmati aktivitas belanja langsung, termasuk menikmati makanan di tempat.

Dari sisi peluang, pembukaan toko ini memiliki peluang yang cukup menjanjikan karena jumlah pesaing yang tidak banyak. Berdasarkan data di gambar 1 yang menggambarkan UMK berdasarkan bidang usaha Tahun 2021 di Kota Tegal, dapat terlihat bahwa sektor kuliner dan pangan masih tergolong sangat rendah karena di dominasi oleh sektor *fashion* yang menyentuh angka 61% untuk UMK di Kota Tegal. Kondisi tersebut merupakan kesempatan untuk Yummypiv untuk bisa bersaing karena dari segi kompetitor masih tergolong sedikit. Hal tersebut menambah peluang Yummypiv untuk membuka *offline store* di kota Tegal untuk dapat menghadirkan warna baru dalam dunia kuliner di Kota Tegal.



Gambar 2. UMK Berdasarkan Bidang Usaha Tahun 2021

Untuk menghadirkan toko offline, maka perlu dilakukan perancangan dan analisis kelayakan pembukaan toko *offline* ini. Dalam penelitian ini, akan dilakukan perancangan toko *offline* dan analisis kelayakan dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, yang diikuti dengan analisis sensitivitas pada pembukaan *offline store* Yummypiv di Kota Tegal.

II. KAJIAN TEORI

A. Analisis Kelayakan

Studi kelayakan menurut Purnomo, dkk (2017, hal. 9) didefinisikan sebagai suatu kegiatan identifikasi dan merencanakan serta memperdalam seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan maupun sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, dengan output berupa keputusan penentuan layak tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan. Menurut Adnyana (2020, hal. 2) studi kelayakan adalah suatu kegiatan mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis

yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

B. Aspek Pasar

Menurut Adnyana (2020, hal. 14), aspek pasar penting untuk dianalisis guna mengetahui apakah perusahaan memiliki peluang pasar yang sesuai dari sisi pasar dan pemasaran. Hal ini mencakup potensi pasar untuk produk yang ditawarkan serta seberapa besar pangsa pasar yang telah dikuasai oleh para pesaing saat ini. Selain itu, perlu ditentukan strategi pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan peluang pasar tersebut.

C. Aspek Teknis

Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis. Menurut Suliyanto (2010), beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

D. Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh modal, memperkirakan pendapatan dan bentuk investasi yang akan dilakukan, serta menghitung seluruh biaya yang terkait. Selain itu, dilakukan juga proyeksi laporan keuangan seperti neraca, arus kas, dan laba rugi. Berdasarkan data keuangan tersebut, berbagai metode analisis digunakan untuk menilai apakah operasional bisnis tersebut layak dijalankan atau tidak (Kasmir & Jakfar, 2004).

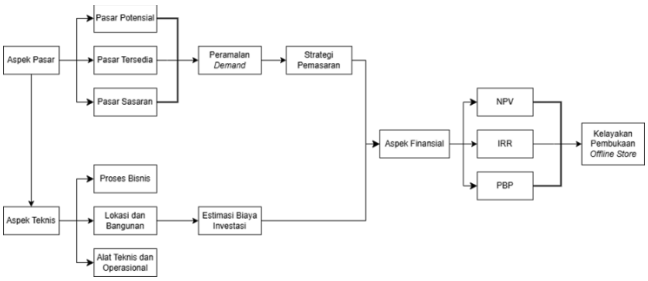
E. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas, yang juga dikenal sebagai analisis kepekaan, bukanlah metode untuk mengukur risiko secara langsung, melainkan digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana perubahan pada variabel-variabel kunci dapat memengaruhi hasil yang diperoleh. Analisis ini merupakan bentuk simulasi di mana nilai-nilai variabel utama diubah secara sistematis untuk melihat dampaknya terhadap hasil akhir yang diharapkan. (Riyanto, 2001 dikutip oleh Alfian, 2010).

III. METODE

A. Model Konseptual

Model konseptual adalah suatu rancangan kerangka kerja yang menjabarkan keterkaitan antar konsepnya. Model konseptual merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami atau menjelaskan fenomena tertentu melalui pengembangan konsep-konsep yang sesuai, serta penyusunan kerangka berpikir yang teratur dan logis. Dengan adanya diagram konspetual ini diharapkan bisa mengembangkan aspek-aspek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Model konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 3. Model Konseptual

Berdasarkan penjabaran diagram model konseptual di atas, penelitian ini meliputi aspek pasar, aspek teknis, dan juga aspek finansial. Dari ketiga aspek tersebut dapat dihubungkan satu sama lain karena memiliki keterkaitan yang berkesinambungan untuk menghasilkan solusi dari permasalahan, serta memberikan informasi mengenai bisnis Yummypiv.

B. Sistematika Penelitian

Dalam merancang dan melakukan analisis kelayakan pada pembukaan *offline store* Yummypiv, perlu melakukan pendekatan secara sistematis agar setiap tahapan dapat berjalan terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Tahapan penelitian yang dilalui adalah sebagai berikut:

a. Tahap pengumpulan data dan pengolahan data. Data yang dikumpulkan mencakup aspek pasar, teknis dan finansial. Untuk aspek pasar, maka data yang dikumpulkan adalah data ukuran pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran, serta karaketristik umum konsumen. Data ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada 100 responden. Aspek teknis dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi dokumen perusahaan, mencakup data proses bisnis dan waktu proses, spesifikasi teknis mesin dan fasilitas, *layout* ruang dan bangunan, serta kebutuhan bahan baku. Untuk aspek finansial, data yang diperlukan adalah data harga mesin, peralatan, dan bangunan, gaji tenaga kerja, harga bahan baku, serta utilitas. Seluruh data ini kemudian diolah sehingga didapatkan estimasi permintaan, kebutuhan mesin, peralatan dan fasilitas serta tenaga kerja, dan kebutuhan bahan. Dari sini kemudian dapat diperkirakan besarnya biaya investasi dan operasional, yang digunakan untuk menyusun laporan laba rugi dan aliran kas untuk evaluasi kelayakan.
b. Tahap Analisis. Pada tahap analisis ini akan dilakukan analisis mendalam terhadap tiga aspek yang dibahas dalam penelitian ini yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan juga aspek finansial. Tujuan akhir dari tahap analisis ini adalah untuk mempertimbangkan dari pengambilan keputusan dari setiap aspek yang telah dianalisis dan juga diolah datanya mengenai pembukaan offline store Yummypiv. Pada saat tahap analisis ini dilakukan akan mengetahui apakah pembukaan offline store layak dilakukan atau tidak dengan pertimbangan tiga aspek yang telah di analisis.
c. Tahap Verifikasi dan Validasi. Tahap verifikasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa data dan hasil analisis yang digunakan dalam penelitian ini akurat, valid, dan juga dapat dipertanggungjawabkan. Verifikasi dilakukan baik terhadap data primer maupun data sekunder, serta terhadap hasil perhitungan analisis kelayakan. Sedangkan untuk tahap validasi disini adalah untuk memastikan bahwa data, instrumen dan hasil analisis yang digunakan

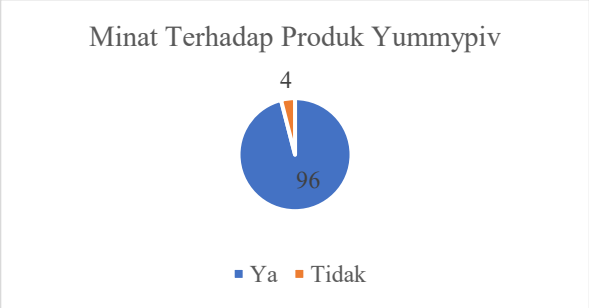
dalam penelitian ini benar-benar mempresentasikan kondisi lapangan dan sesuai dengan tujuan penelitian di awal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Yummypiv memulai perjalanannya sebagai UMK kuliner sejak tahun 2020, tepat di masa awal pandemi COVID-19. Kondisi saat itu membuat banyak kegiatan beralih ke ranah digital, termasuk cara berjualan. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran, Yummypiv berhasil menjangkau pelanggan tanpa harus membuka toko fisik. Namun Ketika semua sudah kembali normal maka semuanya perlu penyesuaian termasuk strategi pembukaan *offline store*.

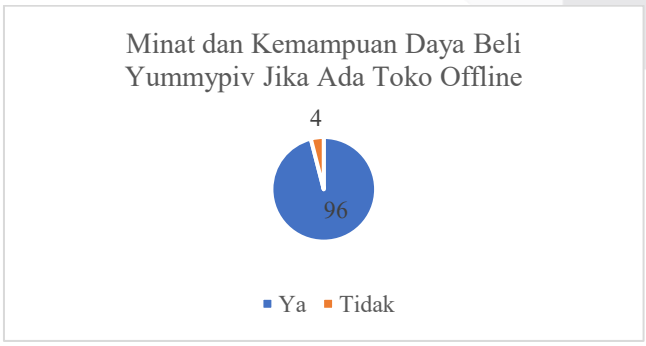
A. Aspek Pasar

Pasar potensial Yummypiv meliputi seluruh individu yang memiliki kebutuhan atau ketertarikan pada solusi makanan praktis mulai dari ricebowl hangat, dimsum lezat, salad buah segar, hingga aneka cemilan ringan lainnya. Besarnya pasar potensial adalah 96%. Dari perhitungan dapat diketahui bahwa pasar potensial dari Yummypiv adalah sebanyak 114.320 orang.



Gambar 4. Pasar Potensial

Pasar tersedia Yummypiv terdiri dari seluruh segmen pasar potensial yang secara geografis dan kanal distribusi sudah dapat dijangkau oleh brand. Kelompok ini meliputi pelanggan yang berdekatan dengan *offline store* Yummypiv serta pengguna aktif *platform* pesan-antar makanan digital seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa pasar tersedia dari Yummypiv adalah sebanyak 109.747 orang.



Gambar 5. Pasar Tersedia

Pasar sasaran merupakan bagian dari pasar tersedia yang telah dianalisis dan dipilih oleh perusahaan sebagai fokus utama strategi pemasarannya. Penetapan pasar sasaran dilakukan dengan mempertimbangkan kemampuan Yummypiv dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen secara realistis dan berkelanjutan. Setelah mengidentifikasi jumlah pasar yang tersedia, pemilik Yummypiv menetapkan bahwa perusahaan mampu menjangkau dan melayani sekitar 15% dari pasar tersebut sebagai target pasar sasaran. Dan dengan asumsi setiap orang melakukan tiga transaksi, maka permintaan dapat dilihat di tabel 1.

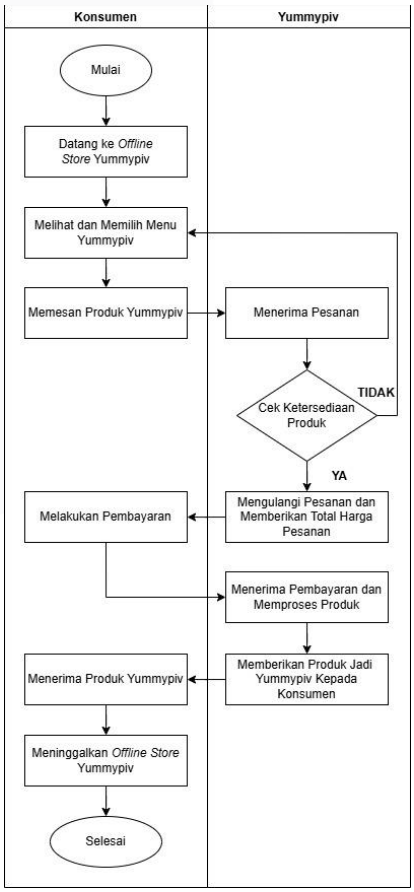
Tabel 1. Pasar Sasaran

Jumlah Proyeksi Penduduk Kota Tegal Pada Tahun 2022	Pasar Potensial	Pasar Tersedia	Pasar Sasaran	Jumlah Demand
119.084	96%	96%	15%	48.786 item
	114.320 orang	109.747 orang	16.262 orang	

Promosi dilakukan melalui platform Instagram. Harga produk ditetapkan dalam kisaran Rp 6.000 hingga Rp 27.000.

B. Aspek Teknis

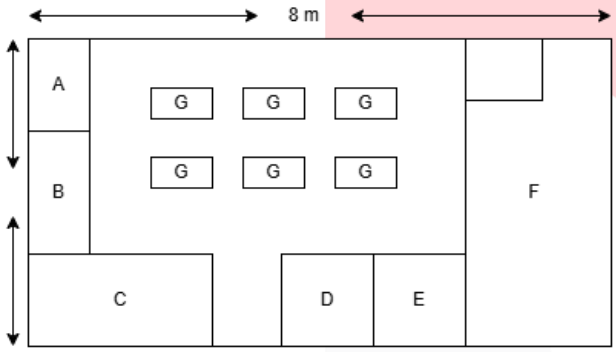
Proses bisnis yang disajikan dalam bagian ini menggambarkan secara rinci aktivitas operasional Yummypiv yang akan dijalankan di *offline* store atau toko fisik.



Gambar 6. Proses Bisnis

Kebutuhan tenaga kerja Yummypiv disesuaikan dengan jumlah permintaan produk setiap bulannya. Untuk mendukung operasional *offline store* yang buka setiap hari pukul 10.00–18.00, tenaga kerja dibagi sesuai fungsi seperti dapur, kasir, dan pelayanan agar operasional berjalan lancar dan efisien. Tenaga kerja yang digunakan adalah 1 kasir, 1 pelayan dan 1 petugas dapur. Kebutuhan peralatan dapat dilihat di tabel rincian biaya investasi. Kebutuhan bahan baku diperhitungkan dengan jalan menghitung kebutuhan bahan baku harian. Kebutuhan bahan baku dan harga dapat dilihat di bagian finansial.

Setelah menetapkan lokasi *offline store*, Yummypiv melanjutkan tahap perencanaan dengan menentukan layout toko secara rinci, yang selanjutnya akan digunakan untuk menentukan biaya bangunan. Bangunan dirancang dengan berbentuk persegi panjang berukuran 8m x 4m. Perencanaan tata ruang ini divisualisasikan dalam bentuk denah dengan skala 1:50 seperti terlihat di gambar 7.



Gambar 7. Rancangan *Layout*

C.Aspek Finansial

Studi kelayakan usaha berfungsi sebagai metode evaluasi untuk mengetahui apakah suatu bisnis layak dijalankan, baik dari sisi keuangan maupun aspek non-keuangan. Dalam menganalisis kelayakan finansial, diperlukan sejumlah informasi dan dokumen penting seperti biaya proyek total, laporan laba rugi dan laporan arus kas.

Biaya total proyek mencakup estimasi biaya investasi, modal kerja dan biaya inisiasi. Estimasi biaya investasi ini diperlukan untuk memperkirakan keperluan apa saja yang harus disiapkan untuk pembukaan toko *offline* Yummypiv. Semua peralatan yang akan dibeli menjadi estimasi biaya invetasi yang nantinya diperlukan untuk mempersiapkan kebutuhan dana untuk keperluan pembukaan *offline store* Yummypv. Berikut dibawah ini merupakan estimasi biaya investasi pembukaan *offline store* Yummypiv:

Tabel 2. Rincian Biaya Investasi

	Biaya Investasi					
No.	**Item**	***Economic Life***	**Jumlah**	**Satuan**	**Biaya Satuan**	**Total Harga**
1	Kompor	4	2	Pcs	Rp 250,000.00	Rp 500,000.00
2	Tabung Gas	4	2	Pcs	Rp 200,000.00	Rp 400,000.00
3	Regulator	4	2	Pcs	Rp 162,000.00	Rp 324,000.00
4	Wajan	4	2	Pcs	Rp 155,000.00	Rp 310,000.00
5	Spatula	4	4	Pcs	Rp 16,000.00	Rp 64,000.00
6	*Frying Pan*	4	1	Pcs	Rp 325,000.00	Rp 325,000.00
7	*Freezer Box*	4	1	Pcs	Rp3,500,000.00	Rp 3,500,000.00
8	Penyaring Minyak	4	2	Pcs	Rp 17,000.00	Rp 34,000.00
9	Talenan	4	1	Pcs	Rp 20,000.00	Rp 20,000.00
10	Pisau	4	2	Pcs	Rp 18,000.00	Rp 36,000.00
11	Etalase	4	1	Pcs	Rp 500,000.00	Rp 500,000.00
12	Baskom Besar	4	4	Pcs	Rp 25,000.00	Rp 100,000.00
13	Pencapit Makanan	4	2	Pcs	Rp 12,000.00	Rp 24,000.00
14	Panci *Steam* Susun	4	1	Pcs	Rp 170,000.00	Rp 170,000.00
15	Lap Bersih	4	5	Pcs	Rp 6,000.00	Rp 30,000.00
16	Mesin Cup *Sealer*	4	1	Pcs	Rp 500,000.00	Rp 500,000.00
17	Kepala Gas *Torch*	4	1	Pcs	Rp 115,000.00	Rp 115,000.00
18	Baskom Kecil	4	6	Pcs	Rp 18,000.00	Rp 108,000.00
19	*Rice Cooker*	4	1	Pcs	Rp 550,000.00	Rp 550,000.00
20	Paket Mesin Kasir Tablet	4	1	Pcs	Rp3,500,000.00	Rp 3,500,000.00
21	Mangkuk	4	50	Pcs	Rp 25,000.00	Rp 1,250,000.00
22	1 Set Meja (4 kursi)	4	4	Pcs	Rp 300,000.00	Rp 1,200,000.00
23	1 Set Sendok dan Garpu	4	50	Pcs	Rp 18,000.00	Rp 900,000.00
24	Meja Kasir	4	1	Pcs	Rp2,100,000.00	Rp 2,100,000.00
25	Kipas Angin	4	2	Pcs	Rp 250,000.00	Rp 500,000.00
26	Lampu LED	4	10	Pcs	Rp 40,000.00	Rp 400,000.00
27	AC	4	2	Pcs	Rp3,500,000.00	Rp 7,000,000.00
Total Estimasi Biaya Investasi						**Rp 24,460,000.00**

Modal kerja yang diperlukan adalah Rp 163.243.532. Selain itu juga diperlukan biaya sertifikasi halal sebesar Rp 300.000. Sehingga biaya awal yang diperlukan adalah Rp 187.973.532.

Selanjutnya yang perlu dibuat adalah laporan laba rugi proforma. Proyeksi pendapatan Yummypiv di Kota Tegal disusun berdasarkan perhitungan antara estimasi permintaan (demand) dengan harga jual produk. Estimasi permintaan diperoleh dari analisis pasar dan diperkirakan mengalami peningkatan sebesar 0,6% setiap tahunnya, seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk di Kota Tegal yang menjadi salah satu faktor pendorong utama peningkatan konsumsi. Sementara itu, harga jual produk diasumsikan meningkat mengikuti laju inflasi tahunan di Kota Tegal yang tercatat sebesar 2,06%, sehingga turut memengaruhi nilai pendapatan di masa mendatang. Biaya yang perlu dikeluarkan dalam operasional toko mencakup beberapa item seperti biaya bahan baku, gaji pegawai, utilitas, dan sebagainya. Kebutuhan biaya bahan baku rice bowl, dimsum dan salad dapat dilihat di tabel 3-5, dan laporan laba rugi proforma dapat dilihat di tabel 6.

Tabel 3. Biaya Bahan Baku Rice Bowl

No.	Item	Kebutuhan Per Hari	Satuan	Biaya Satuan	Total Biaya
1	Beras	7	kg	Rp 12,000.00	Rp 84,000.00
2	Ayam Fillet	9	kg	Rp 31,000.00	Rp 279,000.00
3	Tepung Terigu	2	kg	Rp 15,000.00	Rp 30,000.00
4	Lada	5	bungkus	Rp 1,000.00	Rp 5,000.00
5	Minyak Goreng	2	liter	Rp 20,000.00	Rp 40,000.00
6	Penyedap Rasa	4	bungkus	Rp 500.00	Rp 2,000.00
7	Saus Tomat	1	bungkus	Rp 16,000.00	Rp 16,000.00
8	Saus Cabai	1	kg	Rp 31,800.00	Rp 31,800.00
9	Saus Keju	1	bungkus	Rp 21,300.00	Rp 21,300.00
10	Saus Blackpeper	2	bungkus	Rp 11,100.00	Rp 22,200.00
11	Saus Tiram	4	bungkus	Rp 3,000.00	Rp 12,000.00
12	Bawang Bomay	1	bungkus	Rp 8,000.00	Rp 8,000.00
13	Telor Asin	7	butir	Rp 3,000.00	Rp 21,000.00
14	Cabai Rawit Merah	1	bungkus	Rp 30,000.00	Rp 30,000.00
15	Bawang Putih	1	bungkus	Rp 12,000.00	Rp 12,000.00
16	Kemasan Bowl Small	2	bungkus	Rp 23,200.00	Rp 46,400.00
17	Kemasan Bowl Medium	2	bungkus	Rp 26,900.00	Rp 53,800.00
18	Kemasan Bowl Large	2	bungkus	Rp 29,500.00	Rp 59,000.00
	Biaya Per Hari				Rp 773,500.00
	Biaya Per Bulan				Rp 20,111,000.00
	Biaya Per Tahun				Rp 241,332,000.00

Tabel 4. Biaya Bahan Baku Dimsum

No.	Item	Kebutuhan Per Hari	Satuan	Biaya Satuan	Total Biaya
1	Daging Ayam Cincang	2	kg	Rp 32,000.00	Rp 64,000.00
2	Mentai	1	bungkus	Rp 30,000.00	Rp 30,000.00
3	Mozarela	1	bungkus	Rp 33,900.00	Rp 33,900.00
4	Sumpit	2	bungkus	Rp 6,000.00	Rp 12,000.00
5	Cup Dimsum	2	bungkus	Rp 21,700.00	Rp 43,400.00
6	Bawang Putih	1	kg	Rp 12,000.00	Rp 12,000.00
7	Merica Bubuk	2	bungkus	Rp 1,000.00	Rp 2,000.00
8	Garam	1	bungkus	Rp 3,000.00	Rp 3,000.00
9	Tepung Maizena	1	bungkus	Rp 6,000.00	Rp 6,000.00
10	Kecap Asin	1	bungkus	Rp 15,500.00	Rp 15,500.00
11	Tepung Terigu	1	kg	Rp 15,000.00	Rp 15,000.00
Biaya Per Hari					Rp 236,800.00
Biaya Per Bulan					Rp 6,156,800.00
Biaya Per Tahun					Rp 73,881,600.00

Tabel 5. Biaya Bahan Baku Salad Buah

No.	Item	Kebutuhan Per Hari	Satuan	Biaya Satuan	Total Biaya
1	Buah Naga	2	kg	Rp 23,000.00	Rp 46,000.00
2	Melon	3	buah	Rp 22,000.00	Rp 66,000.00
3	Apel	4	kg	Rp 28,000.00	Rp 112,000.00
4	Pear	4	kg	Rp 30,000.00	Rp 120,000.00
5	Anggur	2	kg	Rp 40,000.00	Rp 80,000.00
6	Mayones	2	bungkus	Rp 29,000.00	Rp 58,000.00
7	Susu Kental Manis	2	kaleng	Rp 13,000.00	Rp 26,000.00
8	Yogurth	2	botol	Rp 9,000.00	Rp 18,000.00
9	Keju	3	bungkus	Rp 12,000.00	Rp 36,000.00
10	Coklat	3	bungkus	Rp 11,000.00	Rp 33,000.00
11	Oreo	1	kg	Rp 82,000.00	Rp 82,000.00
Biaya Per Hari					Rp 677,000.00
Biaya Per Bulan					Rp 17,602,000.00
Biaya Per Tahun					Rp 211,224,000.00

Tabel 6. Laporan Laba Rugi Proforma

Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
Total Pendapatan	**Rp 828,516,000.00**	**Rp 845,583,429.60**	**Rp 863,002,448.25**	**Rp880,780,298.68**	**Rp 898,924,372.84**
PPN 11 %	**Rp 91,136,760.00**	**Rp 93,014,177.26**	**Rp 94,930,269.31**	**Rp 96,885,832.86**	**Rp 98,881,681.01**
Pendapatan Bersih	**Rp 737,379,240.00**	**Rp 752,569,252.34**	**Rp 768,072,178.94**	**Rp783,894,465.83**	**Rp 800,042,691.82**
Biaya Produksi dan Operasional					
Biaya bahan baku	Rp 526,437,600.00	Rp 537,282,214.56	Rp 548,350,228.18	Rp559,646,242.88	Rp 571,174,955.48
Biaya listrik	Rp 9,072,528.00	Rp 9,259,422.08	Rp 9,450,166.17	Rp 9,644,839.59	Rp 9,843,523.29
Biaya internet	Rp 4,500,000.00	Rp 4,592,700.00	Rp 4,687,309.62	Rp 4,783,868.20	Rp 4,882,415.88
Biaya pemasaran	Rp 4,320,000.00	Rp 4,408,992.00	Rp 4,499,817.24	Rp 4,592,513.47	Rp 4,687,119.25
Biaya tenaga kerja	Rp 73,779,000.00	Rp 75,298,847.40	Rp 76,850,003.66	Rp 78,433,113.73	Rp 80,048,835.87
Biaya air	Rp 1,800,000.00	Rp 1,837,080.00	Rp 1,874,923.85	Rp 1,913,547.28	Rp 1,952,966.35
Biaya sewa ruko	Rp 24,000,000.00	Rp 24,494,400.00	Rp 24,998,984.64	Rp 25,513,963.72	Rp 26,039,551.38
Biaya isi ulang gas LPG	Rp 4,320,000.00	Rp 4,408,992.00	Rp 4,499,817.24	Rp 4,592,513.47	Rp 4,687,119.25
Biaya Depresiasi	Rp 4,745,000.00	Rp 4,745,000.00	Rp 4,745,000.00	Rp 4,745,000.00	Rp 5,023,718.00
Total Biaya	**Rp 652,974,128.00**	**Rp 666,327,648.04**	**Rp 679,956,250.59**	**Rp693,865,602.35**	**Rp 708,340,204.76**
EBT	**Rp 84,405,112.00**	**Rp 86,241,604.31**	**Rp 88,115,928.36**	**Rp 90,028,863.48**	**Rp 91,702,487.07**
Pajak penghasilan 0.5%	Rp 422,025.56	Rp 431,208.02	Rp 440,579.64	Rp 450,144.32	Rp 458,512.44
EAT	**Rp 83,983,086.44**	**Rp 85,810,396.29**	**Rp 87,675,348.71**	**Rp 89,578,719.16**	**Rp 91,243,974.63**

Sedangkan arus kas yang digunakan dalam menilai evaluasi kelayakan dapat dilihat di tabel 7.

Tabel 7. Arus Kas untuk Evaluasi Kelayakan

Tahun	2,024	2,025	2,026	2,027	2,028	2,029
Periode	-	1	2	3	4	5
Biaya Investasi	(24,430,000)				(14,644,872)	
Modal Kerja	(163,543,532)					163,243,532
Pendapatan Setelah Pajak		83,983,086	85,810,396	87,675,349	89,578,719	91,243,975
Add-back depresiasi		4,745,000	4,745,000	4,745,000	4,745,000	5,023,718
Nilai Sisa						15,071,154
Net Cash	(187,973,532)	88,728,086	90,555,396	92,420,349	79,678,847	274,582,379
p/f faktor (11,55%)	1	1	1	1	1	1
PV	(187,973,532)	79,541,090	72,773,822	66,582,313	51,459,403	158,973,520
NPV Kumulatif	(187,973,532)	(108,432,442)	(35,658,619)	30,923,694	82,383,097	241,356,617
Interest Rate	11.55%					
NPV (Rp)	241,356,617					
IRR	47.13%					
Payback Period	2.54					

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, dengan MARR sebesar 11,55%, diperoleh nilai NPV sebesar Rp241.356.617, nilai IRR sebesar 47,13%, dan nilai PBP selama 2,54 tahun. Dengan hasil ini maka dapat dikatakan proyek pembangunan toko offline layak untuk dilaksanakan karena NPV > 0 dan IRR > MARR.

E. Aspek Sensitivitas

Pada analisis sensitivitas ini akan dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai seberapa sensitif suatu nilai pada suatu bisnis apabila terjadi perubahan di lingkungan bisnis tersebut. Pada perancangan tugas akhir ini analisis sensitivitas dilakukan untuk kenaikan bahan baku. Proyek sangat sensitif terhadap peningkatan bahan baku, di mana peningkatan biaya bahan baku lebih dari 4% akan membuat NPV negatif, sehingga proyek menjadi tidak layak. Proyek juga cukup sensitif terhadap penurunan pendapatan. Penurunan pendapatan lebih dari 8% akan membuat proyek menjadi tidak layak.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan di atas pembangunan toko offline dapat dikatakan layak karena dengan MARR sebesar 11,55%, nilai NPV sebesar Rp241.356.617, nilai IRR sebesar 47,13%, dan nilai PBP selama 2,54 tahun. Namun perlu diperhatikan bahwa proyek sangat sensitif terhadap peningkatan biaya bahan baku dan cukup sensitif terhadap penurunan pendapatan, sehingga manajemen perlu mengelola kedua hal tersebut dengan baik. Promosi perlu dilaksanakan dengan intensif untuk mencegah penurunan pendapatan.

REFERENSI

[1] Ismawan Winarni, *Manajemen keuangan*. 2005. [Online].Available:http://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=556372%0Ahttp://opac.perpusnas.go.id/uploaded_files/sampul_koleksi/original/Monograf/INLIS000000000008059.jpg

[2] R. A. Purnomo, Riawan, and L. O. Sugianto, *Studi Kelayakan Bisnis*. 2017.

[3] T. Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, *Studi Kelayakan Bisnis*, vol. 7, no. 2. 2020.

[4] I. M. Adnyana, *Manajemen Investasi dan Protofolio*. 2020. [Online]. Available: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)