

ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PEMBUKAAN CABANG RUMAH MAKAN MADE IN BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PASAR, TEKNIS DAN FINANSIAL DI KOTA BANDUNG

FEASIBILITY ANALYSIS OF THE MADE IN BANDUNG RESTAURANT OPENING BRANCH INVESTMENT IN TERMS OF MARKET ASPECTS, TECHNICAL ASPECTS, AND FINANCIAL ASPECTS IN THE CITY OF BANDUNG

Wodhantyo Prabhasworo¹, Budi Praptono², atya nur aisha³

^{1,2}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
Email: ¹wodhantyo@gmail.com, ²budipraptono@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Rumah Makan Made In Bandung adalah rumah makan yang menyediakan menu dengan rasa khas makanan dari Pulau Bali yang terletak di kawasan Apartemen Buah Batu. Permintaan akan produk Rumah Makan Made in Bandung terbilang cukup besar, dengan pendapatan yang diterima dari periode penjualan bulan September 2014 – april 2015 sekitar Rp 2.787.000 – Rp 4.434.000. Melihat reaksi konsumen tersebut, pemilik tertarik untuk memperluas pasar dengan membuka cabang baru di Kota Bandung. Kota Bandung memiliki peluang yang besar untuk membuka usaha, karena dari jumlah penduduk 2.483.977 jiwa, 250.210 diantaranya adalah remaja usia 20 – 24 tahun yang merupakan sasaran utama penjualan produk. Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengetahui kelayakan dari rencana investasi.

Penelitian akan melakukan analisis aspek pasar, teknis, dan finansial. Pada tahap analisis pasar akan dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui besarnya pasar sasaran. Analisis aspek teknis akan mempertimbangkan lokasi, pegawai, dan kapasitas produksi. Aspek finansial akan memperkirakan kelayakan ekonomis usaha dengan mempertimbangkan data aspek pasar dan aspek teknis.

Hasil penelitian berupa *Pay Back Period* (PBP) selama 3,574 tahun, *Net Present Value* (NPV) sebesar RP 16.0364.672 dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 21.53% dimana MARR sebesar 12%. Investasi pembukaan cabang dinilai layak, karena IRR lebih besar dari MARR, dan NPV bernilai positif.

Kata kunci: Analisis kelayakan, PBP, NPV, IRR.

ABSTRACT

Made In Bandung is a restaurant that provides a menu with typical food from Bali island, it is located in the area of Buah Batu Apartment, Bandung. The demand for Made In Bandung's products is quite great, by looking at the revenue received by the restaurant from September 2014 until april 2015 is about Rp 2.787.000 – Rp 4.434.000. by looking at the reaction of consumers, the owner is interesred in expanding the market by opening a new branch in the city of Bandung. Bandung has a great opportunity to open a business, because from the total population of 2.483.977 people, 250.210 of them are young adults aged 20 to 24 years old who are the main target of the product. Therefore research is needed to find out the feasibility of the investment plan.

The research will conduct an analysis of market, technical, and financial aspect. On the stage of market analysis will be conduct a questionnaire scattering to know the target market. Analysis of the technical aspects will consider the location, employees and production capacity. Financial aspects will estimate the economic feasibility of business by considering the data of market aspects and the technical aspects.

The result of research are the pay Back Periode (PBP) for 3,574 years, the Net Present Value (NPV) Rp 16.064.672, and the Internal Rate of Return (IRR) 21.53% where the MARR 12%. The investment of branch opening considered feasible, because the IRR is greater than MARR, and the NPV is positive.

Key words: Feasibility analysis, NPV, PBP, IRR.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan inti dari penelitian ini adalah menganalisis kelayakan investasi untuk membuka cabang dari Rumah Makan Made In Bandung yang dilihat dari beberapa aspek berikut ini :

1. Bagaimana kondisi pasar berdasarkan ukuran pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran untuk investasi pembukaan cabang rumah Makan Made in Bandung.
2. Bagaimana kelayakan teknis produk Rumah makan Made In Bandung
3. Bagaimana kelayakan finansial dari produk rumah makan Made in Bandung

Bagaimana tingkat sensitivitas *variable demand*, biaya investasi tetap dan pendapatan terhadap tingkat kelayakan financial dari produk rumah makan Made in Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir ini, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kondisi pasar dari produk rumah makan Made In Bandung
2. Mengetahui kelayakan teknis dari produk rumah makan Made In Bandung
3. Mengetahui besarnya investasi yang dibutuhkan dan kelayakan finansial dari rencana investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung
4. Mengetahui tingkat kelayakan investasi jika terdapat perubahan – perubahan pada variabel yang mempengaruhi.

1.4 Batasan Penelitian

batasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan awal. Beberapa pembatasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. suku bunga inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal dan stabil selama periode analisis.
2. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini diantaranya adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan *investor* dalam mengambil keputusan investasi
2. Membantu *investor* dalam mengetahui kelayakan investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya investasi yang diperlukan dan kelayakan finansial dari rencana investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung
4. Untuk mengetahui tingkat dan waktu pengembalian investasi dan keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut
5. Bagi pihak akademik untuk memberikan pengetahuan tentang investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung

2.Dasar Teori

2.1 Studi Kelayakan

Studi Kelayakan Bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut (Kasmir dan Jakfar, 2003)

2.2 Alat analisis

2.2.1 Pay Back Period

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 labasetelah 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 :
 _____(II.1)
- b. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda :
 _____(II.2)

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

2.2.2 Net Present Value

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Proceed*) dengan PV investasi (*Capital Outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV itulah yang dikenal dengan *Net Present Value* (NPV), (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Rumus dari NPV adalah sebagai berikut :

$$NPV = \Sigma PV. Kas Bersih - PV Investasi.....(II.4)$$

Kesimpulan :

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

2.2.3 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 (Husein Umar, 2001).

Rumus yang digunakan seperti dibawah ini :

$$IRR = \frac{NPV(i_1)}{NPV(i_2)} \times (i_2 - i_1) \dots \dots \dots (II.5)$$

i_1 = Tingkat bunga ke-1 NPV1 = NPV positif

i_2 = Tingkat bunga ke-2 NPV2 = NPV negative

Kesimpulan :

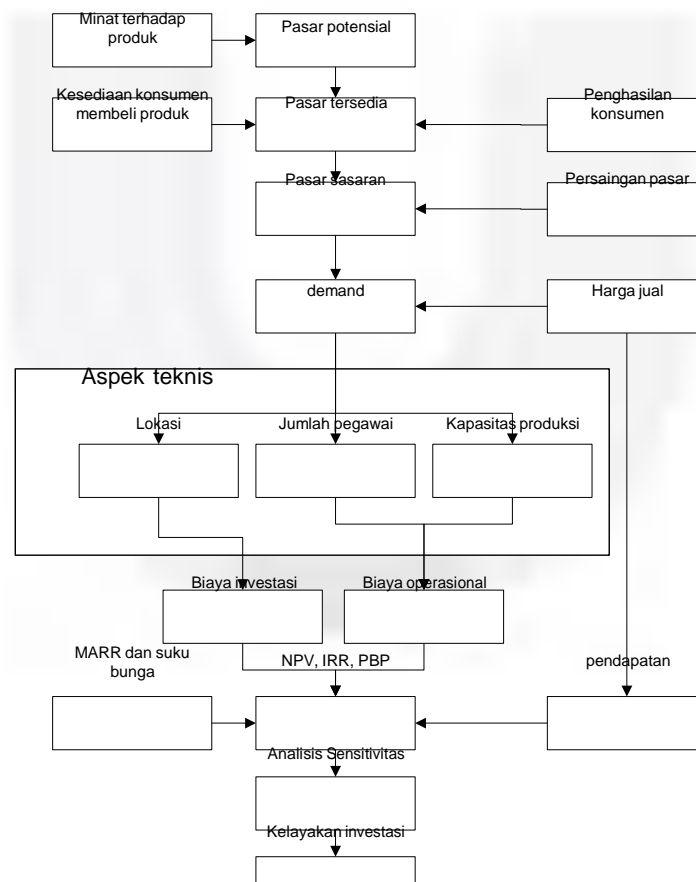
Jika $IRR >$ dari bunga pinjaman, maka **investasi diterima**

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

3. Metodologi Penelitian

3.1 Model Konseptual

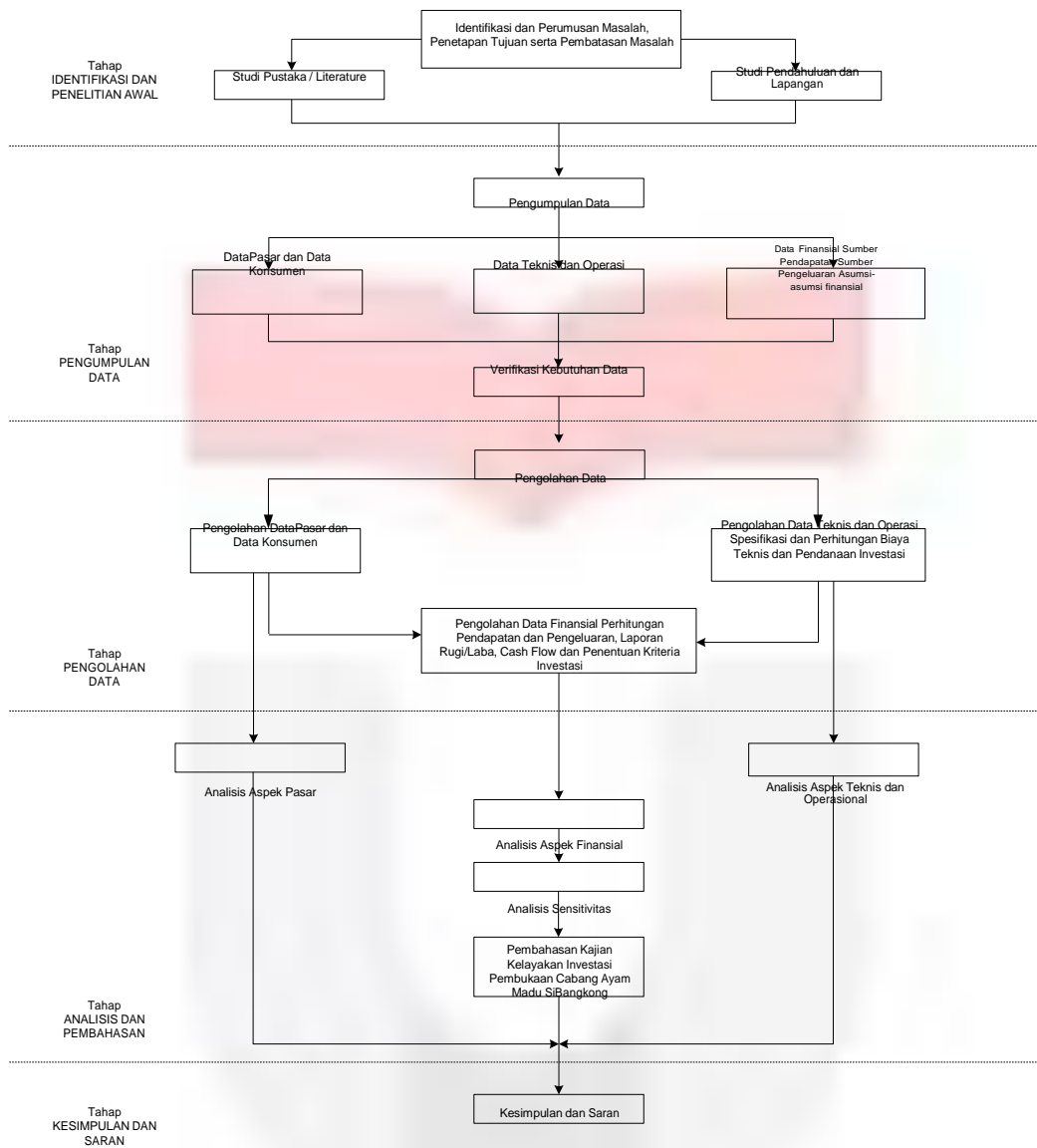
Model Konseptual menggambarkan konstruksi masalah berdasarkan hubungan antar variabel atau konsep penelitian. Model ini menuntun variabel yang terlibat dalam penelitian dan juga berguna untuk mendalami analisis.



Gambar 2. Model Konseptual

3.2 Sistematika Pemecahan Masalah

Sistematika pemecahan masalah menggambarkan langkah-langkah dan alur berpikir secara logis, jelas, teratur, dan sistematis yang dapat diambil untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.



Gambar 3. Sistematika Pemecahan Masalah

4. Analisis

4.1 Aspek Pasar

4.1.1 Pasar potensial

Ketertarikan terhadap produk dijadikan variabel yang menentukan pasar potensial. Hasil kuesioner menyebutkan 258 dari 270 responden berminat terhadap produk Rumah Makan Made In Bandung. Dengan persentase pasar potensial sebesar 98.45% maka dapat disimpulkan bahwa produk Rumah Makan made In Bandung dapat diterima di pasaran.

4.1.2 Pasar Tersedia

Pasar tersedia diartikan sebagai pasar potensial yang memiliki minat dan mampu membeli produk Rumah Makan Made In Bandung. Variabel yang menentukan pasar tersedia pada produk adalah ketertarikan responden terhadap produk dan ketertarikan untuk membeli. Pasar tersedia adalah frekuensi jumlah responden yang berminat membeli dan bersedia membeli produk dengan harga antara Rp. 15.000,00 – Rp. 20.000,00, maka diperoleh 187 orang dari total 270 responden atau 68.75% dari jumlah keseluruhan sampel sebagai pasar tersedia.

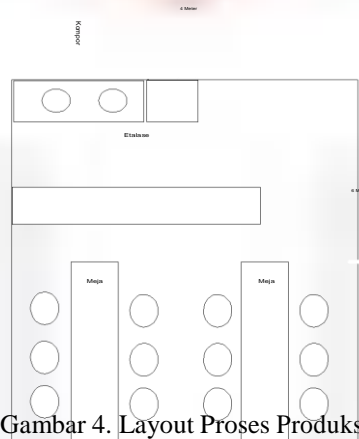
4.1.3 Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang mempunyai syarat untuk dimasuki oleh perusahaan. Besarnya pasar sasaran akan ditentukan oleh pihak manajemen perusahaan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan *competitor*. Dengan berdasarkan jumlah *competitor* yang ada, hanya ada satu *competitor* (rumah makan 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 4% dari total pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk dari Rumah Makan Made In Bandung.

4.2 Aspek Teknis

4.2.1 Layout Bangunan

Layout bangunan ini terdiri dari tempat untuk display produk, tempat penggorengan, tempat cuci, tempat kasir dan tempat duduk konsumen. Luas dari bangunan ini adalah $6 \times 4 \text{ m}^2$



Gambar 4. Layout Proses Produksi

4.2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia

Struktur organisasi cabang rumah makan Made In Bandung terdiri dari 1 orang pemilik, 1 orang pemasak, 1 orang kasir, dan 1 orang pengantar makanan.

4.3 Aspek Finansial

4.3.1 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 16.064.672. Karena nilai NPV di akhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi, pembukaan cabang Rumah Makan Ayam Madu SiBangkong ini layak untuk dijalankan.

1. Analisis Internal Rate of Return (IRR)

Tingkat IRR yang dicapai untuk periode investasi 5 tahun adalah 21.53%. Tingkat IRR 21.53% berarti bahwa proyek/bisnis ini memberikan laju keuntungan sebesar 21.53% per tahun. Dimana angka IRR ini lebih besar jika dibandingkan dengan MARR (*Minimum Attractive Rate of Return*) yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan oleh pemilik Rumah Makan Made In Bandung yaitu 12%. Dikarenakan nilai IRR lebih besar daripada nilai MARR maka pembukaan cabang Rumah Makan Made In Bandung ini dapat dikatakan layak.

2. Analisis Payback Period (PBP)

Dengan menggunakan estimasi *cashflow* didapat *payback period* selama 3,574 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.

3. analisis Sensitivitas

Dari hasil analisis sensitivitas terhadap perubahan naiknya biaya bahan baku, naiknya penurunan harga jual produk dan turunnya jumlah pelanggan berpengaruh cukup besar terhadap penilaian kelayakan investasi (NPV, IRR, dan PBP). Sedangkan penurunan biaya operasional tidak berpengaruh terhadap kelayakan investasi. Variabel yang sangat berpengaruh adalah penurunan harga jual dimana harga jual produk tersebut turun hingga 2% menyebabkan nilai IRR lebih kecil dari MARR yaitu 10,03% dari nilai MARR sebesar 12% dengan NPV Rp 7,422,637.17 sehingga menyebabkan investasi menjadi tidak layak.

6. Kesimpulan dan Saran

Daftar Pustaka

Bank Indonesia. 2015. Inflation Report (consumer price index). <http://www.BI.go.id>. Diakses tanggal 10 Mei 2015

BPS Kota Bandung. 2014., Piramida penduduk kota Bandung tahun 2014. <http://www.Bandungkota.bps.go.id>. Diakses tanggal 10 Mei 2015.

Kaplan, R.M. dan Saccuzzo, D.P. 1993. *Psychological Testing: Principles, Application, and Issue*. California: Brooks/Cole Publishing Company.

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. 2000, **Studi Kelayakan Proyek**, Edisi 4. Yogyakarta : UPP AMPYKPN.

Sugiyono Dr. 2011. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono Dr. 2007. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan ketiga. Bandung: CV Alfabeta

Umar, Husein. 2001. **Studi Kelayakan Bisnis**. Edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama