

ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN CABANG BISNIS SERANTAU COFFEE DI KOTA BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS, DAN ASPEK FINANSIAL

FEASIBILITY ANALYSIS OF OPENING SERANTAU COFFEE BUSINESS BRANCH IN BANDUNG CITY TERMS OF MARKET ASPECT, TECHNICAL ASPECT, AND FINANCIAL ASPECT

Diana Arviana Lestari¹, Endang Chumaidiyah², Budi Praptono³

^{1,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹dianaarviana@gmail.com, ²endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id,

budipraptono@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Serantau Coffee merupakan sebuah usaha atau bisnis yang bergerak di bidang kuliner khususnya minuman dengan konsep menjual minuman berbagai macam jenis kopi dan non kopi. Serantau Coffee membuka *outlet* pertamanya di Bekasi Selatan dan mengalami peningkatan setiap bulannya. Melihat fakta tersebut, pemilik Serantau Coffee ingin melakukan perluasan dan pengembangan bisnisnya pada lokasi baru yang strategis dan terpilihlah Kota Bandung tepatnya di Jalan Lombok, Riau sebagai lokasi pembukaan cabang baru Serantau Coffee.

Dalam penelitian ini, aspek yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang berada di Kota Bandung dengan kecamatan yang berbeda. Responden yang menjadi target adalah responden yang berumur 15-35 tahun untuk mengetahui berapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Sedangkan untuk aspek teknis dan aspek finansial digunakan berdasarkan data sekunder yang didapat dari berbagai sumber. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan persentase pasar potensial sebesar 88%, pasar tersedia sebesar 82%, dan untuk pasar sasaran perusahaan membidik 0,6% dari pasar tersedia.

Hasil perhitungan finansial menunjukkan bahwa nilai NPV untuk periode 2020-2024 adalah Rp 99.964.433, persentase IRR sebesar 28%, dan PBP 4,19 tahun. IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR yaitu 10,25% dan NPV bernilai positif. Dari parameter tersebut, maka pembukaan cabang Serantau Coffee di Jalan Lombok, Riau Kota Bandung dapat dikatakan layak.

Kata kunci: Serantau Coffee, analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP, MARR

Abstract

Serantau Coffee is a business in the field of culinary especially drinks with the concept sells kinds of coffee and non coffee. Serantau Coffee opened their first outlet in South Bekasi and has shown constant increase in sale in every month. Due to this detail, the owner of Serantau Coffee want to expend and develop the business of coffee shop. Lombok Street, Riau Bandung City was eventually chosen as the new strategic location for second shop of Serantau Coffee.

In this research, to gain information regarding market aspect, researcher distribute questionnaire to 100 respondents who reside in Bandung with different district. The target respondents is in the range of 15-35 years old respondent to find out how many potential market, available market, and target markets. Meanwhile, for technical aspect and financial aspect are used based on secondary data obtained from various sources. The result show amount of the potential market is 88%, the available market is 82%, and for target market the company targeting 0,6% available market.

Financial calculation result showed that NPV within the period of 2020-2024 was as much as Rp 99.964.433, with IRR percentage of 28%, and PBP 4,19 year. The acquired IRR was bigger than the MARR value which was 10,25% and the NPV was positive. Due to this parameter, it can be concluded that the opening Serantau Coffee business branch in Bandung City was deemed feasible.

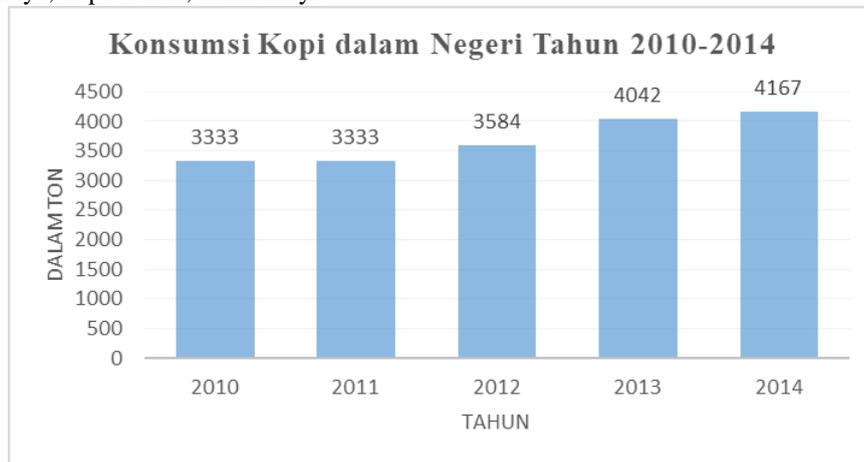
Keywords: Serantau Coffee, feasibility analysis, NPV, IRR, PBP, MARR

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang melimpah, salah satunya yang mempunyai potensi untuk dikembangkan adalah kopi. Wilayah subtropis dan tropis merupakan lokasi yang baik untuk budidaya kopi. Oleh karena itu, negara-negara yang mendominasi produksi kopi dunia berada di wilayah Amerika Selatan, Afrika, dan Asia Tenggara. Kopi juga menjadi komoditas yang potensial karena terjadi peningkatan kebutuhan kopi baik di Indonesia ataupun di luar negeri. Kopi juga merupakan komoditi yang diperdagangkan di

bursa-bursa komoditi dan *futures*.

Indonesia sebagai Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia dengan mampu memproduksi 698,9 ribu ton dalam tahun 2013. Hal tersebut menjadikan Indonesia menduduki posisi ke 3 setelah Vietnam. Selain sebagai Negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia, Indonesia juga memiliki tingkat konsumsi kopi yang tinggi. Kopi yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia beragam, mulai dari kopi olahan, seperti kopi dalam kemasan atau produk olahan lainnya, kopi tubruk, dan lainnya.



Gambar 1. 1 Grafik Konsumsi Kopi dalam Negeri Tahun 2010-2014

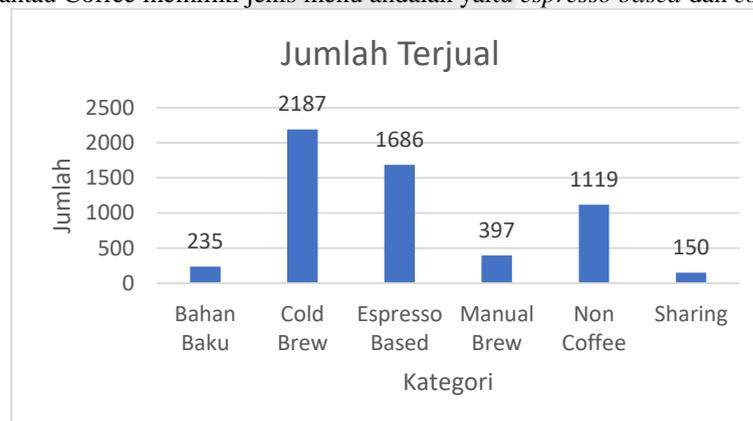
Dengan tingginya angka konsumsi kopi di Indonesia dan semakin naik setiap tahunnya, menyebabkan muncul dan berkembangnya bisnis *coffee shop* di Indonesia. Kopi-kopi yang disajikan merupakan kopi olahan dalam negeri. Sehingga, banyak pengusaha yang mencoba masuk ke dalam bisnis *coffee shop*. Salah satunya di Kota Bandung, Pada akhir tahun 2015 semakin banyak usaha *coffee shop* yang menjamur dan menjadi trend kuliner baru banyak di perbincangkan dan menjadi ramai di kota Bandung adalah kuliner yang berkaitan dengan kopi.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Usaha Cafe atau Coffee Shop di Bandung

Tahun	Jumlah cafe atau coffee shop di Bandung	Persentase Kenaikan
2010	191	0%
2011	196	2,61%
2012	235	19,89%
2013	243	3,41%
2014	256	5,35%
2015	278	8,6%

Pertumbuhan cafe atau *coffee shop* di Bandung mengalami kenaikan, yang artinya banyak pengusaha atau pelaku usaha yang memanfaatkan peluang besar yang ada di Kota Bandung.

Serantau Coffee merupakan sebuah usaha atau bisnis yang bergerak di bidang kuliner khususnya minuman dengan konsep menjual minuman berbagai macam jenis kopi dan non kopi. Serantau Coffee berfokus pada sistem penjualan coffee yang beraneka macam seperti jenis menu *manual brew*, *espresso based*, *cold brew*, *non coffee*, dan *menu sharing*. Serantau Coffee memiliki jenis menu andalan yaitu *espresso based* dan *cold brew*.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Serantau Coffee, 2018

Dari total keseluruhan penjualan hingga bulan November 2018 terjual sebanyak 5774 jenis menu di Serantau Coffee Bekasi. Jumlah tersebut masih sedikit karena beberapa data yang belum masuk selama 1 tahun, dan Serantau Coffee yang akan membuka cabang di Bandung mempunyai target 4 kali lebih besar dari *outlet* pertamanya di Bekasi karena target pasar, lokasi, dan lingkungan yang berbeda. Dilihat dari juga tahun ke tahun pertumbuhan cafe atau *coffee shop* di Bandung mengalami kenaikan, yang artinya banyak pengusaha atau pelaku usaha yang memanfaatkan peluang besar yang ada di Kota Bandung. Serantau Coffee Bandung direncanakan berada di pusat kota tepatnya di Jl. Lombok, Riau dan dengan target pasar yang merupakan masyarakat berumur 15-35 tahun dan mahasiswa di Bandung. Dengan adanya inovasi baru yaitu *live music* pada Sabtu malam. Terpilihnya Jl. Lombok, Riau sebagai lokasi berdirinya cabang Serantau Coffee di Kota Bandung berdasarkan perhitungan pemilihan lokasi dengan menggunakan factor rating.

Dalam penelitian ini akan dibahas secara mendalam kelayakan pembukaan cabang Serantau Coffee yang akan didirikan di Jl. Lombok, Riau Kota Bandung. Analisis yang dilakukan ditinjau dari kelayakan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Hasil analisis kelayakan ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan usaha dan menarik konsumen serta investor untuk memberi keuntungan ekonomis bagi pemilik.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Studi Kelayakan

Menurut [1] studi kelayakan adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut untuk dijalankan

2.2 Aspek Pasar

Menurut [2] Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pasar di bagi menjadi 3 yaitu :

1. Pasar Potensial

Pasar potensial adalah sekumpulan konsumen yang mempunyai tingkatan minat atau keinginan tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.

2. Pasar Tersedia

Pasar tersedia adalah sekumpulan konsumen yang mempunyai minat atau keinginan, akses dan penghasilan terhadap pasar tertentu. Pada pasar tersedia, konsumen juga memiliki kemampuan daya beli suatu barang atau produk.

3. Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah sekelompok spesifik yang berasal dari pelanggan potensial yang yang dijadikan sasaran dalam rencana pemasaran suatu perusahaan.

2.3 Aspek Teknis

Menurut [1] aspek teknis atau produksi adalah untuk menentukan lokasi, *layout* gedung dan ruangan, serta teknologi yang akan dipakai. Lokasi yang menjadi perhatian adalah lokasi yang akan dijadikan sebagai kantor pusat, lokasi pabrik, dan lokasi gudang. Demikian pula dengan penentuan *layout* gedung dan *layout* ruangan juga akan dinilai.

Menurut [3], Pengkajian aspek teknis dilakukan untuk memberikan batasan atau garis besar parameter teknis yang berkaitan dengan perwujudan fisik proyek.

2.4 Aspek Finansial

Aspek Finansial atau keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Dari sini akan terlihat pengembalian uang yang ditanamkan seberapa lama akan kembali. Adapun aspek manajemen dan organisasi adalah untuk mengukur kesiapan dan kemampuan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut dan mencari bentuk organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan [1].

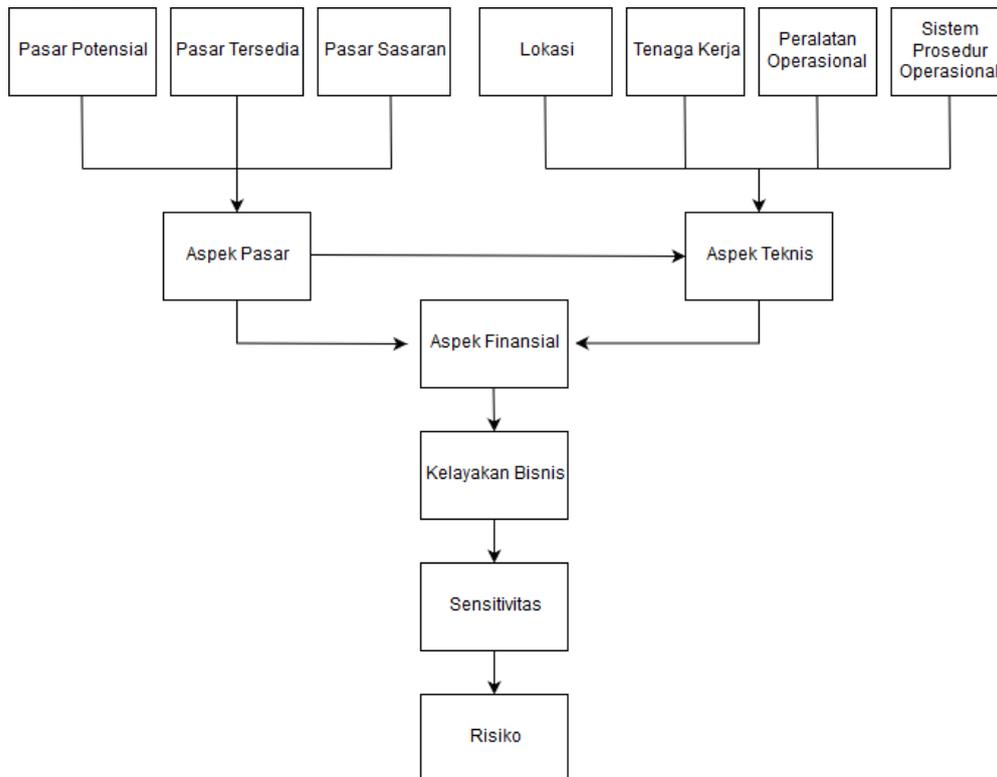
2.5 Analisis Sensitivitas

Menurut [4] analisis sensitivitas dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh selanjutnya terhadap akseptabilitas suatu alternatif investasi jika nilai suatu variabel berubah. Perubahan yang mungkin terjadi adalah investasi aliran kas, tingkat bunga dan lain lain.

2.6 Analisis Risiko

Menurut [5] menyatakan bahwa ERM (*Enterprise Risk Management*) berhubungan dengan risiko dan peluang yang berpotensi mempengaruhi nilai, dan mendefinisikannya sebagai suatu proses yang dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen, dan pihak lain, yang diaplikasikan dalam penentuan strategi perusahaan, yang dirancang untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin mempengaruhi perusahaan, dan mengelola risiko-risiko tersebut tetap berada pada selera risiko perusahaan, serta memberikan pemastian yang memadai bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai.

2.7 Metodologi Penelitian



Gambar 2. 1 Model Konseptual

Penelitian ini dimulai dengan menganalisis dan menentukan pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Kemudian, langkah selanjutnya adalah menganalisis lokasi pembukaan cabang baru, menganalisis tenaga kerja yang dibutuhkan, sistem peralatan operasional, dan sistem prosedur operasional yang akan digunakan. Hasil dari aspek pasar dan aspek teknis akan digunakan untuk menentukan pemasukan dan pengeluaran pembukaan cabang baru bisnis Serantau Coffee ini, yang selanjutnya akan dianalisis dalam aspek finansial

Aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial ini akan menunjukkan apakah pembukaan cabang baru dari bisnis Serantau Coffee ini layak untuk dijalankan atau tidak. Selain dilakukan analisis kelayakan, setelah itu juga dilakukan analisis sensitivitas dan analisis risiko dari pembukaan cabang bisnis Serantau Coffee di Bandung. Analisis sensitivitas dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh selanjutnya terhadap akseptabilitas suatu alternatif investasi jika nilai suatu variabel berubah. Perubahan yang mungkin terjadi adalah investasi aliran kas, tingkat bunga dan lain lain. Dan analisis risiko dilakukan untuk melihat adanya suatu nilai ketidakpastian atau kesempatan timbulnya kerugian pada pembukaan cabang bisnis Serantau Coffee di Bandung.

3. Pembahasan

1. Aspek Pasar

Data yang digunakan untuk pengumpulan dan pengolahan aspek pasar adalah hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan. Berikut didapatkan 3 jenis pasar dari hasil pengolahan data kuesioner :

a. Pasar Potensial

Pasar potensial ditentukan berdasarkan variabel keminatan responden atas produk yang ditawarkan di Serantau Coffee yang akan membuka cabang di Kota Bandung. Dari hasil penyebaran kuesioner, persentase responden yang memiliki minat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan Serantau Coffee sebesar 88% atau sebanyak 814.838 orang.

b. Pasar Tersedia

Pasar tersedia dapat didefinisikan sebagai responden yang memiliki minat, kemampuan serta daya beli terhadap produk yang ditawarkan. Dari hasil penyebaran kuesioner, persentase responden yang bersedia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sebesar 82% atau sebanyak 668.167 orang.

c. Pasar Sasaran

Pasar sasaran merupakan bagian dari pasar tersedia yang akan menjadi target pasar suatu perusahaan. Berdasarkan pertimbangan yang ada, Serantau Coffee membidik pasar sasaran sebesar 0,6% dari pasar tersedia.

2. Aspek Teknis

Data yang digunakan untuk pengumpulan dan pengolahan aspek teknis adalah data wawancara, observasi, serta perhitungan berdasarkan demand dari Serantau Coffee. Hal-hal yang mencakup aspek teknis diantaranya tenaga kerja, lokasi, *layout*, operasional, dan peralatan operasional yang dibutuhkan. Hasil dari pengolahan data aspek teknis yaitu berupa kebutuhan dana yang harus dikeluarkan. Kebutuhan dana berasal dari total investasi tetap sebesar Rp 53.224.167, *working capital* sebesar 111.985.868, dan biaya pembuatan SIUP sebesar Rp 10.000.000. Dari hasil perhitungan, didapatkan total kebutuhan dana Serantau Coffee sebesar Rp 175.210.035.

Gambar 2. 2 Total Kebutuhan Dana 2020

Total Kebutuhan Dana 2020	
Investasi tetap	Rp 53,224,167
<i>Working capital</i> (perkiraan biaya selama 3 bulan)	Rp 111,985,868
Biaya pembuatan akte notaris, SIUP dan TDP	Rp 10,000,000
Total	Rp 175,210,035

3. Aspek Finansial

Aspek finansial mencakup total pengeluaran dan pemasukan Serantau Coffee selama 5 tahun yang akan datang. Seluruh pengeluaran dan pemasukan ini akan dirangkum pada laporan laba rugi, aliran kas, dan neraca. Hasil dari pembuatan laporan laba rugi, aliran kas, dan neraca adalah penentuan kelayakan cabang Serantau Coffee yang akan dibuka di Bandung. Penentuan kelayakan Serantau Coffee dilakukan berdasarkan perhitungan NPV, IRR, dan PBP.

Tabel 2. 1 Nilai NPV, IRR, dan PBP

Interest Rate	10.25%
NPV	Rp 99,964,433
IRR	28%
PBP	4.19

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan MARR 10,25% didapatkan NPV sebesar Rp 99.964.433, IRR sebesar 28%, dan PBP 4,19 tahun.

4. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah peningkatan pada biaya operasional, peningkatan biaya bahan baku, peningkatan biaya tenaga kerja langsung, penurunan demand, dan penurunan harga. Berdasarkan perhitungan sensitivitas yang dilakukan, perubahan yang paling berpengaruh pada nilai NPV, IRR, dan PBP adalah penurunan demand sebesar 3% yang menyebabkan nilai IRR yaitu 7% lebih kecil dari pada MARR yaitu 10,25%.

5. Analisis Risiko

Risiko yang dapat terjadi pada penelitian ini adalah risiko pasar berupa munculnya pesaing baru yang akan mengambil pasar dari Serantau Coffee Bandung, risiko operasional seperti terjadi kerusakan pada peralatan operasional misalnya gelas pecah, risiko finansial seperti meningkatnya biaya bahan baku, dan risiko teknologi seperti kerusakan mesin yang digunakan. Dari risiko-risiko tersebut yang harus secepatnya di kelola dan menjadi prioritas adalah risiko finansial yaitu meningkatnya biaya bahan baku. Dengan total tingkat risiko sebesar 5%. Persentase ini akan digunakan atau ditambahkan pada MARR dalam perbandingan IRR. Sebelumnya nilai MARR yang dipakai adalah 10,25% saja, lalu ditambahkan 5% menjadi 15,25%. Karena IRR yang didapat adalah 28% masih lebih besar dari MARR ditambahkan dengan unsur risiko yaitu 15,25% dan dengan NPV menjadi Rp 61.224.247, maka investasi perusahaan ini dikatakan layak.

4. Kesimpulan

Penelitian pembukaan cabang baru Serantau Coffee di Kota Bandung ini menghasilkan kesimpulan berupa penilaian kelayakan investasi. Kelayakan investasi berupa NPV > 0, nilai IRR > MARR, dan PBP. Dengan total kebutuhan dana sebesar Rp 175.210.035, nilai NPV sebesar Rp 99.964.433, nilai IRR sebesar 28%, dan PBP 4,19 tahun.

Daftar Pustaka:

- [1] Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [2] Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [3] Soeharto, I. (2001). *Studi Kelayakan Proyek Industri*. Jakarta: Erlangga.
- [4] Pujawan, N. (2009). *Ekonomi Teknik*. Surabaya: Guna Widya.
- [5] COSO, C. o. (2004). *Executive Summary of Enterprise Risk Management : Integrated Framework*. New Jersey: AICPA/COSO.