

Perancangan Bisnis dan Kelayakan pada Toko The Curecupcake di Kota Palembang

Business Desing and Feasibility at The Curecupcake Shop in Palembang City

1st Jasmine Devina Fany Atmaja

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

jasminfadjar@student.telkomuniversit
y.ac.id

2nd Endang Chumaidiyah

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

endangchumaidiyah@telkomuniversity.
ac.id

3rd Sinta Aryani

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

sintatelu@telkomuniversity.
ac.id

Abstrak—The Curecupcake adalah toko kue yang berdiri sejak tahun 2021 yang berlokasi di Kota Palembang. The Curecupcake merupakan usaha yang masih dalam tahap awal perintisan di Kota Palembang sehingga memiliki kendala seperti kekurangan tenaga kerja, kekurangan jumlah mesin produksi serta beberapa material bahan baku yang tidak tersedia sehingga tidak terpenuhinya permintaan yang berdampak pada pendapatan The Curecupcake. Berdasarkan kondisi yang ada, dibutuhkan perhitungan tingkat lanjut berupa perancangan bisnis dan kelayakan untuk mengetahui prospek masa depan bisnis The Curecupcake yang masih di tahap awal perintisan usaha.

Penelitian ini mengumpulkan data pasar dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan jenis kelamin perempuan dalam rentang usia 15 – 54 tahun di Kota Palembang sehingga dapat diperoleh besarnya pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diolah, The Curecupcake membidik 0,061% untuk produk kue *tart* dan 0,045% untuk produk *cupcake* dari pasar tersedia.

Perhitungan kelayakan dilakukan dengan periode 5 tahun (2022 – 2026) yang menghasilkan nilai NPV yang positif atau lebih dari 0 dan IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR yang ditetapkan yaitu 13,33%. Berdasarkan hasil perhitungan usaha yang dijalankan dengan modal pribadi, diperoleh hasil NPV sebesar Rp 86.421.613, IRR sebesar 29,92% dan PBP selama 3,5 tahun.

Kata kunci—perancangan kelayakan, NPV, IRR, PBP, sensitivitas

Abstract—The Curecupcake is a cake shop that was founded in 2021, located in Palembang City. The Curecupcake is a business that is still in the early stages of being pioneered in the city of Palembang, so it has obstacles such as a shortage of labor, a shortage of production machines and some raw materials that are not available so that demand cannot be fulfilled which has an impact on The Curecupcake's income. Based on the existing conditions, advanced calculations are needed in the form of business design and feasibility to find out the future prospects of The Curecupcake's business which is still in the early stages of starting a business. This study collects market data by

distributing questionnaires to 100 female respondents in the age range of 15 – 54 years in Palembang City so that the size of the potential market, available market and target market can be obtained. Based on the results of the processed questionnaire, The Curecupcake targets 0,061% for tart products and 0,045% for cupcake products from the available market. The feasibility calculation is carried out for a period of 5 years (2022 – 2026) which results in a positive NPV value or more than 0 and the IRR obtained is greater than the set MARR value of 13,33%. Based on the results of the calculation of the business carried out with personal capital, the results obtained are NPV of Rp 86.421.613, IRR of 29.92% and PBP for 3,5 years.

keywords—feasibility design, NPV, IRR, PBP, sensitivity

I. PENDAHULUAN

Dikutip dari Okefinance, potensi bisnis kuliner saat ini cukup menjanjikan sebab bisnis kuliner salah satu bisnis yang terus hidup dan bisa dibilang tidak ada matinya [1] hal ini disebabkan makanan merupakan kebutuhan dasar manusia. Hartarto menyatakan bahwa industri makanan dan minuman diproyeksikan masih menjadi salah satu penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan [2]. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non – migas serta peningkatan realisasi investasi. Berdasarkan pernyataan di atas, berikut merupakan data laju pertumbuhan PDB tahun 2017 - 2021 pada industri makanan dan minuman.

TABEL I. 1 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2017 – 2021

| Laju Pertumbuhan Kumulatif PDB Lapangan Usaha (Seri 2010) Industri Makanan dan Minuman | | | | | |
|--|------|-------|------|------|------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Triwulan I | 7,70 | 12,77 | 6,77 | 3,94 | 2,45 |
| Triwulan II | 7,06 | 10,64 | 7,40 | 2,03 | 2,7 |

| Laju Pertumbuhan Kumulatif PDB Lapangan Usaha (Seri 2010) Industri Makanan dan Minuman | | | | | |
|--|------|------|------|------|---|
| Triwulan III | 7,71 | 9,74 | 7,72 | 1,55 | - |
| Triwulan IV | 9,23 | 7,91 | 7,78 | 1,58 | - |
| Tahunan | 9,23 | 7,91 | 7,78 | 1,58 | - |

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021) [3]

Berdasarkan laju pertumbuhan kumulatif di atas, terjadi penurunan pada tahun 2020. Penurunan ini terjadi karena dampak dari virus pandemi *covid - 19* yang terjadi pada seluruh dunia. Tahun 2021, PDB pada setiap triwulan mengalami peningkatan dibandingkan triwulan IV pada tahun 2020. Peningkatan ini diperkirakan akan terus terjadi untuk triwulan – triwulan selanjutnya. Menurut Faisal Basri, industri makanan dan minuman termasuk sektor yang tetap tumbuh positif di tengah pandemi karena produk dari industri tersebut merupakan barang konsumsi yang tetap dibutuhkan masyarakat [4]. Perkiraan ini didasarkan pada asumsi pandemi *covid - 19* telah dapat dikendalikan dan vaksin tersedia secara bertahap di masyarakat.

Berdasarkan pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman yang diprediksi akan terus meningkat tahun 2021, salah satu industri makanan yang akan terus hidup adalah industri makanan roti dan kue. Hal ini didasari dari data Susenas dalam Badan Pusat Statistik (2020) yang menyatakan bahwa terdapat sekitar dua puluh komoditas makanan yang banyak dikonsumsi di setiap provinsi. Berikut merupakan rata-rata konsumsi sebulan beberapa jenis komoditas makanan yang banyak dikonsumsi di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2020.

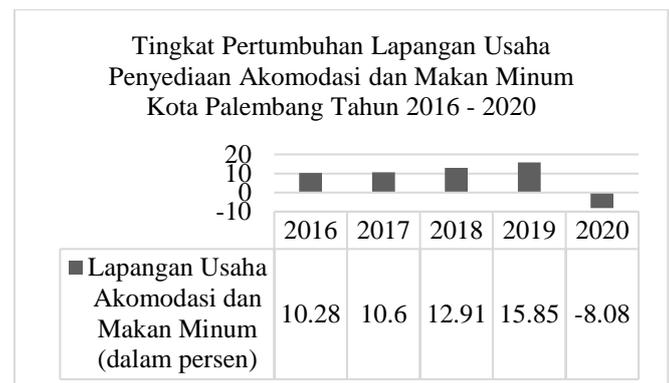
TABEL I. 2 Rata - Rata Konsumsi Sebulan Komoditas Makanan di Provinsi Sumatera Selatan Per Maret 2020

| Komoditas Makanan | Satuan Unit | Perkotaan | Perdesaan |
|--------------------------|-------------|-----------|-----------|
| Beras | Kg | 5,37 | 7,43 |
| Tepung terigu | Kg | 0,45 | 0,47 |
| Ketela pohon/ singkong | Kg | 0,39 | 0,44 |
| Ikan dan udang segar | Kg | 1,95 | 1,62 |
| Ikan dan udang diawetkan | Ons/ 0.1 kg | 1,20 | 1,74 |
| Daging sapi | Kg | 0,05 | 0,01 |
| Daging ayam ras/ kampung | Kg | 0,66 | 0,52 |
| Telur ayam ras/ kampung | Butir | 11,82 | 9,44 |
| Susu kental manis | 397 gr | 0,59 | 0,50 |
| Bayam | Kg | 0,22 | 0,25 |
| Pisang | Kg | 0,63 | 0,61 |
| Bawang merah | Ons | 2,21 | 2,41 |

| Komoditas Makanan | Satuan Unit | Perkotaan | Perdesaan |
|-------------------|-------------|-----------|-----------|
| Bawang putih | Ons | 1,79 | 1,67 |
| Cabai merah | Kg | 0,26 | 0,21 |
| Cabai rawit | Kg | 0,10 | 0,18 |
| Tahu | Kg | 0,52 | 0,47 |
| Tempe | Kg | 0,48 | 0,54 |
| Minyak kelapa | Liter | 0,96 | 1,11 |
| Kelapa | Butir | 0,15 | 0,30 |
| Gula pasir | Ons | 7,07 | 8,54 |

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020) [3]

Berdasarkan data pada tabel di atas, Konsumsi komoditas pangan tepung terigu di Sumatera Selatan menjadi komoditas makanan pokok nomor dua setelah beras yang banyak dikonsumsi. Konsumsi tepung terigu di perkotaan sebanyak 0,45 kg dan di perdesaan sebanyak 0,47 kg. Ibu kota Provinsi Sumatera Selatan adalah Kota Palembang. Kota Palembang memiliki beberapa lapangan usaha sebagai produk domestik regional bruto (PDRB), salah satunya adalah lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum. Berikut merupakan tingkat pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum tahun 2016 – 2020 di Kota Palembang.



GAMBAR I. 1 Grafik Pertumbuhan Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi Makan dan Minum Kota Palembang Tahun 2016 – 2020

(Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2021)

[5]

Pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi makan dan minum pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat covid – 19 yaitu sebesar (minus) -8,08 persen. Berdasarkan kenaikan pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum pada triwulan II tahun 2021 di Provinsi Sumatera Selatan, maka diperkirakan pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum tahun 2021 di Kota Palembang juga akan meningkat. Peningkatan penjualan per tahun juga didukung dengan tingkat pertumbuhan penduduk. Data jumlah penduduk di Kota Palembang juga menjadi hal yang penting untuk menjadi bahan pertimbangan untuk usaha The Curecupcake di Kota Palembang. Berikut merupakan grafik tingkat pertumbuhan

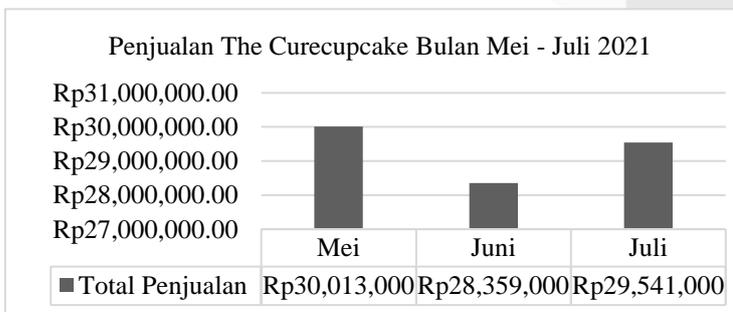
penduduk di Kota Palembang tahun 2017 – 2020 menurut Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2018 – 2021).



GAMBAR I. 2 Grafik Tingkat Pertumbuhan Penduduk Kota Palembang Tahun 2017 – 2020 (Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palembang 2021)

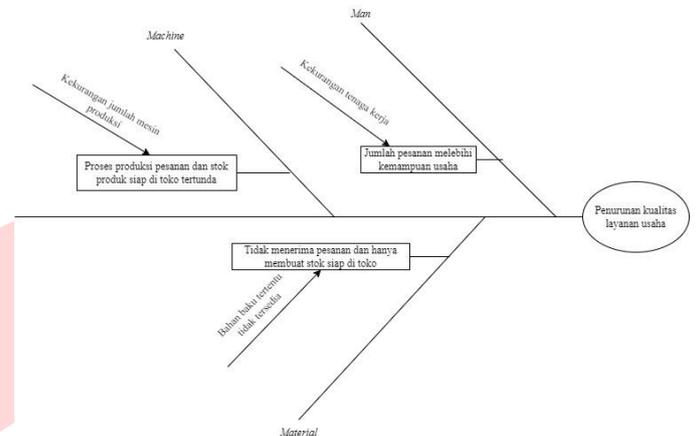
Berdasarkan data – data yang telah diuraikan di atas, peluang untuk bisnis kuliner makanan di Sumatera Selatan mempunyai peluang yang baik. Peluang bisnis kuliner makanan dengan bahan pokok tepung terigu juga memiliki potensial yang baik karena dilihat dari data tingkat konsumsi tepung terigu pada tingkat nasional dan Provinsi Sumatera Selatan menjadi komoditas pangan nomor dua yang paling banyak dikonsumsi. Peluang untuk menjalankan bisnis kuliner juga memiliki peluang yang baik di tahun 2021 karena berdasarkan tingkat pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi makanan dan minum di Provinsi Sumatera Selatan dan di Kota Palembang diperkirakan akan meningkat. Berdasarkan data penjualan toko kue pesaing yang ada di Kota Palembang, menunjukkan jumlah penjualan per tahun yang cukup besar. Peluang penjualan kue tiap tahun juga bisa meningkat berdasarkan pertumbuhan penduduk di Kota Palembang pada setiap tahun yang selalu meningkat.

Pemilik usaha The Curecupcake mulai beroperasi pada tahun 2021 berencana untuk memfokuskan usahanya agar bisa beroperasi dengan baik di masa yang akan datang. Berikut merupakan grafik penjualan The Curecupcake dari Bulan Mei sampai Juli 2021.



GAMBAR I. 3 Grafik Penjualan The Curecupcake Bulan Mei - Juli 2021

Berdasarkan dinamika penjualan The Curecupcake pada Bulan Mei sampai Juli yang masih naik turun, membuat The Curecupcake ingin mengembangkan usahanya sehingga usaha dapat berjalan dengan lancar kedepannya serta meningkatkan penjualannya. Penyebab naik turunnya penjualan The Curecupcake digambarkan dalam digram *fishbone* seperti berikut ini.



GAMBAR I. 4 Gejala Permasalahan

Berdasarkan diagram gejala permasalahan di atas, terdapat beberapa akar gejala permasalahan yang menyebabkan terjadinya penurunan kualitas layanan usaha The Curecupcake sehingga membuat pendapatan The Curecupcake naik turun. Gejala permasalahan pertama adalah berasal dari *man* atau sumber daya manusia. Kegiatan operasional eksisting mempunyai tenaga kerja yang minim serta belum disesuaikan dengan estimasi *demand* sehingga ketika pesanan atau *demand* sedang tinggi terjadi beberapa kejadian seperti tutup pesanan (*close order*) atau harus tutup toko karena produk yang dikerjakan belum selesai. Gejala permasalahan kedua adalah berasal dari *material* berupa bahan baku. Selama kegiatan operasional eksisting berlangsung, terkadang beberapa bahan baku untuk produk tidak tersedia serta toko tidak memiliki stok untuk bahan baku tersebut, sehingga toko harus tidak menerima pesananan produk dan hanya membuat produk jadi atau stok siap untuk di toko. Gejala permasalahan ketiga adalah berasal dari *machine* atau mesin. Selama kegiatan operasional eksisting berlangsung, terdapat mesin fasilitas yang berjumlah 1 unit sehingga produk harus dikerjakan secara bergantian. Hal ini mengakibatkan lamanya proses produksi makin bertambah. Jika pesanan atau *demand* sedang tinggi, proses produksi dapat tertunda yang mengakibatkan pembuatan produk untuk pesanan dan stok produk tersedia di toko tidak dapat memenuhi *demand*.

Berdasarkan permasalahan yang ada, potensi solusi yang dipilih adalah perancangan bisnis dan kelayakan toko The Curecupcake. Potensi solusi perancangan bisnis dan kelayakan toko The Curecupcake dilakukan karena bisnis yang dijalankan oleh pemilik usaha The Curecupcake masih ditangani secara intuisi sehingga belum ada penggambaran bagaimana pengembangan bisnis

The Curecupcake untuk masa yang akan datang serta terdapat masalah – masalah yang terjadi dari beberapa aspek seperti yang telah diuraikan di bagian sebelumnya yang berdampak pada pendapatan usaha The Curecupcake. Berdasarkan kondisi yang ada pada The Curecupcake dibutuhkan perhitungan tingkat lanjut berupa perancangan bisnis dan kelayakan untuk mengetahui prospek masa depan bisnis The Curecupcake yang masih di tahap awal perintisan usaha. Perancangan bisnis dan kelayakan yang akan dilakukan untuk bisnis The Curecupcake dirancang dari aspek pasar, teknis dan keuangan.

II. KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan

Studi kelayakan merupakan kajian tentang proposal proyek atau gagasan usaha, yang objeknya mengenai berbagai analisis terhadap perencanaan usaha, apakah usaha yang direncanakan akan sukses atau gagal apabila dilaksanakan [6].

B. Aspek Pasar

Aspek pasar adalah upaya untuk mengetahui besarnya permintaan pasar yang akan diterima dari masyarakat juga untuk menempatkan posisi yang menguntungkan bagi proyek yang akan dijalankan. Hal penting yang akan dianalisis dari aspek pasar yaitu sebagai berikut [6].

1. Permintaan pasar terhadap produk yang akan disediakan.
2. Uraian analisis tingkat persaingan sekaligus strategi dalam pemasaran produk.
3. Hasil metode dari aspek pasar yang dapat menempatkan produk di tengah persaingan

Beberapa aspek pasar dan pemasaran yang perlu dianalisis dalam studi kelayakan bisnis, yaitu sebagai berikut.

1. Daya serap pasar
Daya serap pasar merupakan peluang pasar yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan hasil produksi dari usaha atau proyek yang direncanakan. Untuk melihat daya serap pasar terhadap produk yang dihasilkan, pada umumnya dapat dilihat dari berbagai segi sebagai berikut.
 - a. Permintaan, yaitu ada atau tidaknya selera konsumen.
 - b. Penawaran, yaitu ada atau tidaknya peluang penawaran.
 - c. *Market space*, yaitu peluang pasar yang merupakan selisih dari permintaan dan penawaran.
 - d. *Market share*, yaitu peluang pasar yang bisa dimanfaatkan yang merupakan pembagian antara peluang pasar dan jumlah pesaing yang akan masuk ke bisnis yang sama.

2. Penawaran yang ada
Menurut Jumingan, *market share* menjelaskan tentang hal – hal sebagai berikut (Sobana, 2018).
 - a. Kemampuan perusahaan menguasai pasar, dapat dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan.
 - b. Kedudukan (posisi) perusahaan di pasar persaingan.
3. Kondisi pasar
Kondisi pasar adalah keadaan pasar yang mendasari proses dan kegiatan pemasaran dari kegiatan usaha yang direncanakan, seperti rantai pemasaran, penetapan harga, sistem pembayaran dan biaya pemasaran serta program pemasaran.
4. Faktor persaingan
Dalam aspek pemasaran, perusahaan perlu mempelajari faktor persaingan, baik mengenai usaha yang telah ada maupun usaha yang mungkin didirikan pada masa yang akan datang, terutama yang menyangkut luas usaha, teknologi yang digunakan, sumber modal, kebijakan yang digunakan, peranannya dalam menguasai konsumen serta kelemahan dan keunggulan para pesaing.

C. Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan teknologi merupakan aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan [7]. Pengkajian aspek – aspek teknis meliputi penentuan letak geografis lokasi, mencari dan memilih teknologi proses produksi, menentukan kapasitas produksi, denah atau tata letak instalasi dan bangunan instalasi (*plant building*) [8].

D. Aspek Finansial

Aspek keuangan atau finansial merupakan suatu analisis yang membandingkan biaya dan manfaat untuk menentukan bisnis menguntungkan selamanya dan memperhitungkan kemungkinan menanggung kerugian [9]. Aspek finansial memperhatikan aspek *cash flow*, yaitu perbandingan antara hasil penerimaan atau penjualan kotor (*gross sales*) dan jumlah biaya (*total cost*) yang dinyatakan dalam nilai sekarang untuk mengetahui kriteria kelayakan atau keuntungan suatu proyek [10]. Hasil finansial disebut dengan *private returns*. Aspek finansial meliputi komponen – komponen sebagai berikut [6].

E. Analisis Sensitivitas

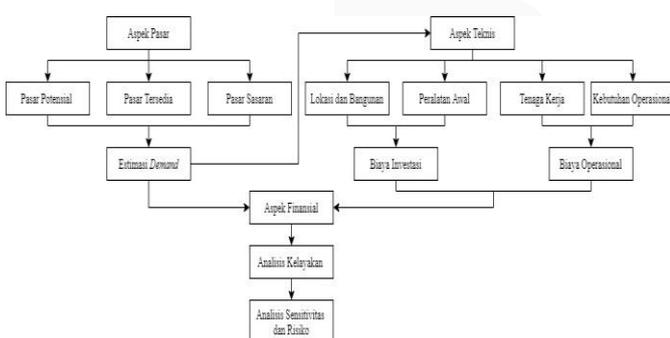
Analisis sensitivitas adalah analisis untuk melihat pengaruh yang akan terjadi akibat keadaan yang berubah – ubah. Dalam analisis sensitivitas dicari beberapa nilai pengganti pada komponen biaya dan manfaat yang terjadi, yang masih memenuhi kriteria minimum kelayakan investasi atau masih mendapatkan keuntungan normal. Keuntungan normal terjadi apabila nilai NPV sama dengan nol (NPV = 0). NPV sama dengan 0 (nol) akan membuat

IRR sama dengan tingkat suku bunga artinya, sampai tingkat berapa usaha yang akan dijalankan menoleransi peningkatan harga atau penurunan *input* dan penurunan harga atau jumlah *output* [6].

F. Manajemen Risiko

Menurut Silalahi manajemen risiko adalah sistem pengawasan risiko dan perlindungan harta benda, hak milik dan keuntungan bada usaha atau perorangan terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu risiko, dimana dalam usaha ketidakpastian ini dihubungkan dengan penghasilan perusahaan, arus keluar masuk uang dan harta benda yang telah ada atau yang dibutuhkan di masa datang [11]. Risiko adalah ketidakpastian yang melahirkan peristiwa kerugian. Risiko berkaitan dengan ketidakpastian karena kurang tersedianya informasi yang cukup tentang hal – hal yang akan terjadi. Sesuatu yang tidak pasti (*uncertain*) dapat berakibat menguntungkan atau merugikan. Ketidakpastian yang menimbulkan kemungkinan menguntungkan dikenal dengan istilah peluang (*opportunity*), sedangkan ketidakpastian yang menimbulkan kerugian disebut dengan istilah risiko (*risk*) [12].

III. METODE



GAMBAR III. 1 Model Konseptual

Penelitian untuk berdasarkan perancangan pada aspek pasar, teknis dan finansial. Perancangan aspek pasar terdiri dari pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Pasar potensial adalah pasar yang menunjukkan seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan oleh The Curecupcake. Pasar tersedia adalah cakupan pasar dari pasar potensial yang memiliki minat dan mampu untuk membeli produk yang ditawarkan oleh The Curecupcake. Pasar sasaran adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar pasar sasaran setelah mengolah data untuk pasar tersedia. Hasil dari pasar sasaran adalah proyeksi permintaan atau estimasi *demand*. Estimasi *demand* akan digunakan pada perhitungan perancangan aspek finansial.

Estimasi *demand* pada aspek pasar akan mempengaruhi perhitungan pada perancangan aspek teknis untuk mendapatkan biaya investasi yang terdiri dari biaya lokasi dan bangunan serta biaya peralatan awal dan biaya operasional yang terdiri dari biaya tenaga kerja serta biaya kebutuhan operasional. Perancangan aspek finansial diolah dengan menggunakan

estimasi *demand*, biaya investasi dan biaya operasional. Data yang telah diolah pada aspek finansial berupa Analisa dana yang dikeluarkan oleh usaha, jumlah pendapatan usaha serta biaya – biaya operasional untuk menilai besaran dana dalam masa pembukana toko. Hasil dari perancangan aspek finansial berupa gambaran atau proyeksi keuntungan usaha serta tingkat pengembalian investasi usaha yang ditentukan dalam bentuk NNPV, IRR dan PBP. Setelah perancangan aspek finansial dilakukan, data tersebut akan diolah pada analisis kelayakan. Jika hasil analisis kelayakan menunjukkan hasil layak maka dilakukan analisis sensitivitas untuk menghitung sensitivitas pada beberapa variabel tertentu. Analisis risiko dilakukan untuk mengetahui seberapa besar risiko yang akan dihadapi oleh The Curecupcake.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perancangan Aspek Pasar

Perancangan aspek pasar dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan jenis kelamin perempuan dan memiliki rentang usia 15 – 54 tahun. Setelah mendapatkan data responden yang valid, data diolah untuk mendapatkan 3 bagian sebagai berikut.

1. Pasar Potensial

Pasar potensial diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden perempuan berusia 15 – 54 tahun di Kota Palembang. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, minat responden terhadap produk kue *tart* adalah 91% atau 5.369.058 buah dalam setahun sedangkan minat responden terhadap produk *cupcake* adalah 91% atau 5.369.058 buah dalam setahun.

2. Pasar Tersedia

Pasar tersedia diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden perempuan berusia 15 – 54 tahun di Kota Palembang yang bersedia atau mampu membeli produk yang ditawarkan The Curecupcake. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, ketersediaan responden terhadap produk kue *tart* adalah 92% atau 4.939.534 buah dalam setahun sedangkan ketersediaan responden terhadap produk *cupcake* adalah 83% atau 4.456.318 buah dalam setahun.

3. Pasar Sasaran

Pasar sasaran diperoleh dari hasil pertimbangan peneliti dan pemilik The Curecupcake serta pertimbangan terhadap jumlah penjualan pesaing yang ada di Kota Palembang. The Curecupcake menargetkan 0,061% untuk produk kue *tart* dan 0,045% untuk produk *cupcake*.

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh The Curecupcake adalah STP (*segmenting, targeting, positioning*) dan 4P (*product, price, place, promotion*).

Perencanaan untuk media promosi yang akan digunakan adalah menggunakan jasa Google *business advertisement*, Instagram *advertisement* serta mengunggah konten produk The Curecupcake secara aktif di sosial media Instagram dan Whatsapp. Estimasi biaya untuk rencana periklanan adalah Rp 4.800.000 dan akan meningkat setiap tahunnya sebesar 1,87% berdasarkan tingkat laju inflasi Indonesia.

C. Perancangan Aspek Teknis

Perancangan pada aspek teknis adalah untuk menentukan fasilitas, mesin serta kebutuhan operasional lainnya seperti peralatan dan perlengkapan untuk mendukung proses penjualan sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen. Perancangan aspek teknis meliputi perancangan kebutuhan jumlah tenaga kerja, peralatan operasional, kebutuhan luas lantai mesin dan fasilitas yang disesuaikan dengan *layout* toko yang tersedia telah disesuaikan dengan kebutuhan toko. Berikut merupakan hasil pengolahan data pada perancangan aspek teknis.

1. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan pada tahun 2022 – 2026 masing – masing adalah 2 orang karyawan produksi kue *tart*, 2 orang karyawan produksi *cupcake*, 2 orang pelayan toko.
2. Toko The Curecupcake terdiri dari 3 ruang atau bangunan. Kebutuhan luas lantai dari tiap mesin dan fasilitas dengan *allowance* 100% untuk bangunan 1 adalah 7,35 m² sementara luas tersedia adalah 7,5 m². Kebutuhan luas lantai dari tiap mesin dan fasilitas dengan *allowance* 100% untuk bangunan 2 adalah 4,92 m² sementara luas tersedia adalah 8,75 m². Kebutuhan luas lantai dari tiap mesin dan fasilitas dengan *allowance* 100% untuk bangunan 3 adalah 4,62 m² sementara luas tersedia adalah 5 m².
3. Kebutuhan biaya investasi untuk tiap mesin, fasilitas serta peralatan operasional adalah sebesar Rp 55.433.260.

D. Perancangan Aspek Finansial

Perancangan aspek finansial dilakukan dengan menghitung estimasi biaya – biaya untuk 5 tahun yang akan datang. Komponen perhitungan biaya yaitu biaya investasi, biaya operasional, harga pokok penjualan, pendapatan, laba rugi, arus kas (*cash flow*) serta neraca. Sebelum menghitung kelayakan, dilakukan perhitungan untuk *working capital*. *Working capital* adalah biaya yang dikeluarkan pada bulan pertama kita usaha dijalankan. *Working capital* pada toko The Curecupcake diasumsikan untuk 3 bulan pertama sehingga *working capital* diperoleh dari jumlah biaya produksi produk, biaya *packaging*, biaya tenaga kerja, biaya listrik, biaya air, biaya gas, biaya internet, biaya pemasaran serta biaya barang habis pakai kemudian dibagi empat.

TABEL IV. 1 Total Kebutuhan Dana

| Kebutuhan Dana | Biaya (Rp) |
|--|-------------|
| Investasi tetap | 55.433.260 |
| <i>Working capital</i> (perkiraan biaya per 3 bulan) | 116.143.666 |
| Total investasi | 171.576.926 |

Berdasarkan perhitungan kebutuhan dana di atas, dilakukan perhitungan kelayakan untuk NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*) dan PBP (*Payback Period*) dengan hasil sebagai berikut.

TABEL IV. 2 NPV, IRR, PBP

| | |
|----------------------|------------|
| <i>Interest Rate</i> | 13,33% |
| NPV (Rp) | 86.421.613 |
| IRR | 29,92% |
| PBP (tahun) | 3,5 |

E. Penentuan Sensitivitas

Penentuan sensitivitas untuk usaha The Curecupcake meliputi beberapa faktor yang dapat pada pendapatan jika terjadi perubahan seperti sensitivitas penurunan harga jual, sensitivitas kenaikan biaya produksi, sensitivitas penurunan *demand* serta sensitivitas kenaikan biaya tenaga kerja. Berdasarkan hasil perhitungan, faktor yang paling berpengaruh dan sensitif terhadap perubahan adalah penurunan harga jual sebesar 5% yang menghasilkan NPV sebesar Rp (14.072.886) dan nilai IRR 10,43% yang mana lebih kecil daripada nilai MARR sebesar 13,33%.

F. Penentuan Risiko

Risiko yang berpotensi terjadi pada toko The Curecupcake telah dibahas pada bab sebelumnya yaitu meliputi risiko pasar, risiko finansial serta risiko operasional. Risiko pasar berupa *trend* produk yang muncul di pasaran serta kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan The Curecupcake. Risiko finansial berupa kenaikan inflasi di Indonesia tahun 2021. Risiko operasional berupa karyawan yang sakit, pemadaman listrik serta kecepatan internet yang lemah yang terjadi masing – masing setiap bulan. Berdasarkan risiko tersebut, diperoleh total risiko sebesar 7,04%.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan studi kasus yaitu perancangan bisnis dan kelayakan pada toko The Curecupcake di Kota Palembang yang memiliki hasil kelayakan pada toko The Curecupcake. Sebuah usaha dapat dinyatakan layak jika selama periode investasi menghasilkan NPV lebih besar dari 0 (NPV > 0), nilai IRR lebih besar dari nilai MARR (IRR > MARR) serta besarnya PBP berada dibawah besarnya jangka waktu periode investasi yaitu sebesar 5 tahun (PBP < 5 tahun).

Berdasarkan hasil perhitungan komponen biaya tersebut, diperoleh hasil kelayakan dengan nilai NPV sebesar Rp 86.421.613, IRR sebesar 29,92% dan PBP sebesar 3,5 tahun sehingga dapat dinyatakan usaha The Curecupcake layak.

REFERENSI

- [1] R. Andrafirdaus, "Potensi Bisnis Kuliner, yang Pasti Menguntungkan," 7 February 2021. [Online]. Available: <https://economy.okezone.com/read/2021/02/05/455/2357056/potensi-bisnis-kuliner-yang-pasti-menguntungkan>.
- [2] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan," 24 November 2017. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>.
- [3] Badan Pusat Statistik, "[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)," 2021. [Online]. Available: https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/1.
- [4] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Kemenperin Bidik Sektor Industri Tumbuh 3,95% Tahun 2021," 29 November 2020. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/22159/Kemenperin-Bidik-Sektor-Industri-Tumbuh-3,95-Tahun-2021>.
- [5] Badan Pusat Statistik Kota Palembang, "Produk Domestik Regional Bruto Kota Palembang Menurut Lapangan Usaha 2016-2020," 5 April 2021. [Online]. Available: <https://palembangkota.bps.go.id/publication/2021/04/05/d1ca729230ec02397a047fbd/produk-domestik-regional-bruto-kota-palembang-menurut-lapangan-usaha-2016-2020.html>.
- [6] D. H. Sobana, Studi Kelayakan Bisnis, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- [7] S. Husnan and Suwarsono, Studi Kelayakan Proyek, Yogyakarta: LPP AMP YKPN, 1994.
- [8] I. Soeharto, Manajemen Proyek dari Konseptual sampai Operasional, Jakarta: Erlangga, 1995.
- [9] S. Husnan and S. Muhammad, Studi Kelayakan Proyek, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2000.
- [10] Z. Djamin, Perencanaan dan Analisa Proyek, Edisi Ketiga, Jakarta: LP FE-UI, 2003.
- [11] Sugiyanto, L. Nadi and I. K. Wnten, Studi Kelayakan Bisnis, Banten: YPSIM Banten, 2020.
- [12] S. Mulyawan, Manajemen Risiko, Bandung: Pustaka Setia, 2015.