

ANALISIS STUDI KELAYAKAN PEMBUKAAN CABANG *PALLET COFFEE* DI GALAXY KOTA BEKASI

Rohemy Indra Satria

Abstrak

Studi kasus ini bertujuan untuk menilai kelayakan pembukaan cabang *Pallet Coffee* di Galaxy, Kota Bekasi. Analisis dilakukan untuk mengetahui kelayakan bisnisnya dengan menggunakan empat aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek teknis dan aspek keuangan. Penyebaran kuesioner digunakan untuk mengetahui produk yang diminati konsumen, daya beli konsumen serta mengetahui media untuk promosi yang tepat. Pada Aspek teknis dan manajemen sumber daya manusia, *Pallet Coffee* mampu memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan. Sementara, pada aspek keuangan menggunakan Metode *Net Present Value*, *Payback Periode* dan *Internal Rate of Return*. Pada penelitian ini, *Net Present Value* bernilai positif yaitu 68.336.131, *Payback Periode* selama 2 tahun 6 bulan, dan IRR 65%. Berdasarkan hasil analisis terhadap aspek pemasaran, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek teknis dan aspek keuangan, maka pembukaan cabang *Pallet Coffee* di Galaxy, Kota Bekasi dinyatakan layak untuk dijalankan.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis, kedai kopi, *net present value*, *payback periode*, *internal rate of return*

Abstract

This case study aims to assess the feasibility of opening a Pallet Coffee branch in Galaxy, Bekasi City. The analysis was conducted to determine the feasibility of the business by using four aspects, namely marketing aspect, human resource management aspect, technical aspect and financial aspect. The distribution of questionnaires is used to determine which products are of interest to consumers, consumer purchasing power and to find out the media for the right promotion. In the technical aspects and human resource management, Pallet Coffee is able to meet the requirements that have been determined. Meanwhile, the financial aspect uses the Net Present Value Method, Payback Period and Internal Rate of Return. In this study, the Net Present Value is positive, namely 68,336,131, Payback Period for 2 years 6 months, and an IRR of 65%. Based on the results of the analysis of the marketing aspect, human resource management aspect, technical aspect and financial aspect, the opening of the Pallet Coffee branch in Galaxy, Bekasi City is deemed feasible to run.

Keywords: business feasibility study, coffee shop, *net present value*, *payback period*, *internal rate of return*

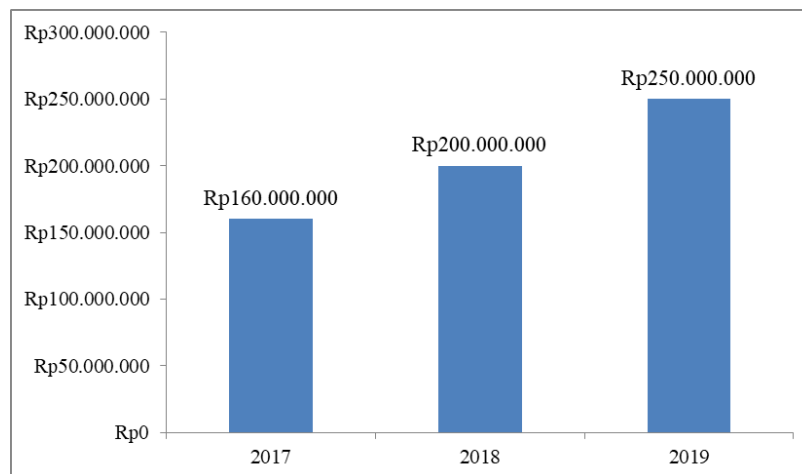
PENDAHULUAN

Minum Kopi menjadi salah satu kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan minum kopi terutama di pagi hari sangatlah khas masyarakat dengan setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari tetapi pada sore hari dan tidak jarang malam hari. Kebiasaan minum kopi pun sekarang semakin meluas bukan lagi hanya sebagai melepas dahaga atau melepas kantuk, kini sepertinya kopi menjadi hidangan wajib dalam berkumpul-kumpul bersama rekan, rapat, pertemuan resmi, dan lain-lain.

Kebiasaan minum kopi ini pula semakin berubah menjadi sebuah gaya hidup yang baru, dimana masyarakat lebih senang datang ke kedai atau coffee shop dibandingkan minum kopi di rumah. Itu yang membuat banyak kedai kopi berlomba-lomba memberikan kenyamanan pada pelanggan. Berbagai fasilitas disediakan untuk menarik perhatian pelanggan, mulai dari disediakan wifi, tempat berfoto, bahkan sampai mengusung sebuah tema untuk kedai kopinya.

Semakin meningkatnya permintaan dan semakin berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat menyebabkan semakin banyak pelaku bisnis yang mencoba untuk terjun ke dalam dunia bisnis kedai kopi atau coffee shop (Amaly *et al.* 2015). Begitu juga dengan pertumbuhan kedai kopi di Kota Bekasi yang semakin bertambah. Kita dapat menjumpai satu atau dua kedai kopi tiap lima kilometer.

Kota Bekasi menjadi salah satu kota yang mempunyai potensi besar dalam konsumen kopi dengan jumlah penduduk yang diproyeksikan oleh BPS mencapai 3.500.000 penduduk pada tahun 2020 di segala usia.



Gambar 1. Omset Pendapatan Pallet Coffee

Gambar di atas memperlihatkan bahwa omset meningkat setiap bulannya. Berdasarkan grafik omset yang meningkat setiap bulannya, ini membuktikan bahwa sebuah bisnis coffee shop memiliki peluang yang besar. Maka, pemilik pun ingin melakukan perluasan usaha bisnis coffee shop nya pada lokasi baru yang strategis. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar.

Galaxy dipilih sebagai salah satu alternatif lokasi strategis untuk pembukaan cabang baru, karena lokasinya yang berada di pusat kawasan kuliner yang cukup terkenal di Kota Bekasi juga

terdapat beberapa sekolah seperti SMA Panglima Jendral Soedirman, SMA Negeri 13 Bekasi, SMA Negeri 8 Bekasi dan juga tidak terlalu jauh dari beberapa universitas dan perguruan tinggi di Kota Bekasi seperti Universitas Gunadarma, STIE Tri Bhakti, STIE Bina Insani, Universitas Islam 45. Hal ini sesuai dengan target dan sasaran pasar yang dituju oleh pemilik Pallet Coffee yaitu para pelajar, mahasiswa, dan para khalayak muda yang senang menghabiskan waktu untuk sekedar minum kopi, melepas penat, dan bercengkrama dengan kerabatnya. Di Galaxy sendiri terdapat beberapa kedai kopi seperti Kedai Broker Coffee, Coffee Paste, Kedai Black Shawn. Dalam penelitian ini, penulis akan membahas secara mendalam kelayakan pembukaan cabang Pallet Coffee yang akan didirikan di Galaxy, Bekasi. Dalam suatu usaha baik dalam skala kecil maupun besar sebaiknya memiliki studi kelayakan usaha. Studi kelayakan usaha diperlukan untuk melihat sebuah gambaran mengenai layak atau tidak layaknya suatu usaha yang akan dijalankan.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2016) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Jadi, penulis simpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah kegiatan mencari tau serta mempelajari mengenai sebuah bisnis yang akan dijalankan apakah layak untuk dijalankan atau tidak.

Aspek Pasar

Secara sederhana, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2016) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu dan kelompok untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara mengvaptakan serta mempertukar produk dan nilai dengan pihak lain.

Agar usaha dapat bersaing dibutuhkan sebuah strategi yang tepat. Salah satu hal yang harus kita ketahui yaitu potensi pasar untuk produk yang kita jual seberapa market share yang dikuasai pesaing dan yang bisa kita manfaatkan. Yang dibahas dalam aspek pasar dan pemasaran yaitu marketing mix. Marketing mix dapat diklasifikasikan menjadi empat, yang sering kita sebut 4P tentang pemasaran yaitu Product, Price, Place dan Promoton (Kotler dan Keller, 2016).

a. Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Produk ini mencakup bentuk penawaran secara fisik, packaging, pelayanan.

b. Price (Harga)

Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2016), harga adalah elemen yang menentukan profitabilitas juga berperan sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk.

c. Place (Lokasi)

Lokasi dapat diartikan menjadi tiga, yaitu :

- Sistem transportasi perusahaan, termasuk didalamnya yaitu mengenai pemilihan alat transportasi, jadwal pengiriman, rute.
- Sistem penyimpanan, pada sistem ini bagian pemasaran harus menentukan letak penyimpanan atau gudang.

- Pemilihan saluran distribusi, mengenai keputusan tentang penyunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen, pedagang kecil), dan bagaimana membangun kerjasama yang baik dengan penyalur tersebut.
- d. Promotion (Promosi)
Kotler dan Keller (2016) mengungkapkan bahwa promosi adalah beberapa cara untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung tentang produk atau brand yang dijual.

Aspek Teknis

Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi (Kasmir dan Jakfar, 2016), yaitu:

- a. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi penyimpanan, lokasi kedai yang dimaksud.
- b. Agar perusahaan dapat membuat layout yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat menciptakan sebuah kenyamanan dan efisiensi tempat.
- c. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang sesuai dalam menjalankan produksinya.
- d. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang tepat untuk digunakan pada usahanya.
- e. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan baik sekarang maupun untuk masa yang akan datang.

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Job Analysis, yaitu seseorang yang menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan dan mengatasi pekerjaan tertentu.
- b. Job Specification, yaitu seseorang yang menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan pada suatu jabatan.
- c. Membuat struktur organisasi, yaitu mendesain struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
- d. Job description, yaitu serangkaian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota yang menjabat pekerjaan tertentu.
- e. Mendesain sistem kompensasi, yaitu menjabarkan struktur penggajian secara lengkap dan jelas untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
- f. Sistem pengembangan karyawan, yaitu membuat sebuah pelatihan baik formal maupun non formal untuk mengembangkan skill dan kinerja karyawan.

Aspek Keuangan

Penilaian dalam aspek finansial meliputi hal-hal seperti sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan, biaya investasi, proyeksi neraca, laporan laba rugi, kriteria penilai investasi dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2016).

Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan aspek keuangan dapat dilakukan melalui pendekatan Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of return. Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode. Hal-hal yang harus dianalisis yaitu:

a. Aliran kas

Kasmir dan Jakfar (2016) menerangkan, *Cash Flow* bahwa arus kas yang ada di perusahaan dalam suatu periode tertentu. Aliran kas menjelaskan mengenai uang masuk (*Cash in*) dan uang yang keluar (*Cash out*).

b. *Payback Periode*

Metode ini mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Kalau periode payback ini lebih pendek daripada yang disyaratkan maka proyek bisnis ini dikatakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama proyek bisnis ini ditolak. Menurut Kasmir dan Jakfar (2016), metode *Payback Periode* adalah teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan.

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ Tahun} .$$

c. *Net Present Value*

Net present value atau merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama umur investasi Kasmir dan Jakfar (2016). Adapun kriteria diterima atau tidaknya suatu investasi dengan menggunakan NPV adalah:

- $NPV > 0$, artinya proyek sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat direalisasikan.
- $NPV < 0$, artinya proyek tidak menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan. Dengan kata lain proyek tersebut tidak menguntungkan dan sebaiknya tidak direalisasikan.

Rumus *Net Present Value*, yaitu:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} .$$

Keterangan:

B_t = Manfaat pada tahun t (Rp)

C_t = Biaya pada tahun t (Rp)

n = Umur proyek (Tahun)

I = Discount rate (%)

d. *Internal Rate of Return*

IRR adalah tingkat bunga yang menyamakan PV kas keluar yang diharapkan dengan PV kas masuk yang diharapkan atau dapat diartikan sebagai tingkat bunga yang menyebabkan $NPV = 0$. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan:

I_1 = Nilai diskonto pada saat NPV_1 (%)

I_2 = Nilai diskonto pada saat NPV_2 (%)

NPV_1 = Nilai NPV positif (Rp)

NPV_2 = Nilai NPV negatif (Rp)

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan analisis, yaitu metode yang memberikan gambaran tentang keadaan yang sebenarnya berdasarkan fakta-fakta atau kejadian-kejadian dan data-data yang ada, yang selanjutnya data tersebut diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang dipelajari dan dijadikan sebagai bahan penelitian dan pembahasan sehingga pada akhirnya menghasilkan sebuah kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik. Kegiatan analisis yaitu kegiatan menerapkan rumus-rumus yang telah ditentukan pada data yang ada. Pengujian tersebut membutuhkan langkah-langkah yang akan dimulai dari operasionalisasi variabel hingga teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada responden, Produk yang ditawarkan Pallet Coffee cukup beragam mulai dari minuman kopi dan yang bukan kopi, hal ini bertujuan agar konsumen bebas memilih sesuai dengan seleranya masing-masing. Berikut daftar hidangan yang disediakan:

Tabel 1. Daftar Menu Pallet Coffee

COFFEE	
Espresso	15.000
V60	18.000
Vietnam Drip	18.000
Moccachino	20.000
Cappucinno	20.000
Coffee Latte	20.000
Coffee Pallet	22.000
NON COFFEE	
Lychee Tea	20.000
Taro Latte	20.000
Red Velvet	20.000
Green Tea	20.000
Chocolate	20.000

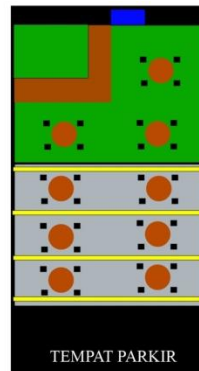
White Salted Caramel	20.000
White Caramel	20.000
Black Sweet	20.000
Jamaikan Rum Milk	20.000
Tosca Sky Fresh	20.000
American Milk	20.000

Berbagai strategi promosi yang dilakukan Pallet Coffee yaitu Dengan cara melalui media sosial instagram karena mengacu pada hasil data kuesioner sebanyak 96,1% responden mencari informasi kedai kopi melalui instagram. Pallet Coffee memiliki instagram @palletcoffe.id yang isinya foto-foto mengenai produk dan juga aktivitas yang ada di Pallet Coffe, instagram ini sebagai media promosi yang efektif karena menampilkan visual yang dapat menarik perhatian konsumen. Melalui media cetak berupa Banner, Poster, Flyer dan Sticker yang akan disebarakan kepada konsumen. Untuk menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dan sekaligus menjadi media promosi, Pallet Coffee memberikan sponsorship kepada lomba-lomba atau event. Pallet Coffee juga melakukan direct selling kepada komunitas-komunitas yang ada di Bekasi, karena sebanyak 72,5% responden menjawab mendapatkan informasi melalui rekomendasi teman dan bekerja sama dengan Grab dan Gojek, Pallet Coffee memberikan promo diskon menarik untuk pembelian secara online dan yang menggunakan pembayaran melalui dompet digital.

Kedai Pallet Coffee pertama berlokasi di Jl. Ki Hajar Dewantara, Cikarang. Yang kemudian akan membuka cabang di Ruko Grand Galaxy, Kota Bekasi. Pemilihan Galaxy adalah berdasarkan pertimbangan, yaitu:

- Lokasi usaha yang strategis karena berada di kawasan kuliner.
- Lokasi ini dekat dengan jalan utama sehingga mudah diakses.
- Lokasi yang berdekatan dengan beberapa Sekolah menengah Atas dan kampus yang artinya banyak pula siswa dan mahasiswa yang menjadi target usaha ini.
- Di sebelah kanan sejauh 300 meter terdapat 2 kedai kopi bernama Broker Kopi dan Coffee Paste.
- Di sebelah kiri sejauh 100 meter, terdapat Indomaret dan pisang gorilla.

Lokasi ini di pilih karena terletak tidak jauh dari jalan utama, jadi traffic pengendara tidak terlalu ramai tetapi lebih tersaring, karena pengendara yang lewat situ biasanya bertujuan untuk mencari kedai kopi.



Gambar 2. *Layout ruangan Pallet Coffee*

Keterangan:

-  = Meja.
-  = Kursi
-  = Lampu Tumbler / Bolham
-  = Indoor
-  = Outdoor
-  = Meja Bar
-  = Toilet

Pada tahap ini yang perlu diketahui adalah jenis-jenis pekerjaan yang diperlukan agar aktivitas berjalan dengan baik, efektif serta efisien. Untuk meminimalisir biaya, Pallet Coffee dirasa cukup menggunakan 2 orang pegawai, yaitu:

- Barista : 1 orang
- Waiter : 1 orang

Dana yang dibutuhkan oleh Pallet Coffee dibagi menjadi 2 yaitu dana investasi dan dana modal kerja. Sumber dana dalam pembukaan cabang Pallet Coffee yaitu sumber modal sendiri tanpa pinjaman dari pihak manapun. Berikut dana yang dibutuhkan:

Tabel 2. Rincian Biaya Pallet Coffee

Keterangan	Tahun			
	0	1	2	3
Penjualan		297.600.000	389.664.000	468.000.000
Biaya-Biaya				
Biaya Operasional				
Biaya Bahan Baku		148.800.000	185.976.000	206.388.000
Biaya Non Operasional				
Biaya Sewa Ruko	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Biaya gaji		54.000.000	56.700.000	59.535.000
Biaya listrik		12.600.000	13.230.000	13.891.500
Biaya Internet		3.600.000	3.600.000	3.600.000
Biaya Promosi	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Biaya Depresiasi		4.196.000	4.196.000	4.196.000
Pembelian Peralatan	23.480.000			
Pembelian Perlengkapan	2.600.000			
Biaya Registrasi Grab dan Gojek	500.000			
Biaya Pemasangan Internet	300.000			
Total Biaya	92.880.000	289.196.000	329.702.000	353.610.500
Kas Bersih	(92.880.000)	8.404.000	59.962.000	114.389.500

Perkiraan aliran kas bersih Pallet Coffe dari tahun 0 sampai tahun ke-empat. Pada tahun ke-0 belum ada penjualan dan biaya dikeluarkan hanya untuk pembelian peralatan, perlengkapan dan pemasangan internet.

Tabel 3. Cashflow dan Payback Periode

	Tahun Ke-			
	0	1	2	3
Net Cashflow	(92.880.000)	8.404.000	59.962.000	114.389.500
Kumulatif Net Cashflow		(84.476.000)	(24.514.000)	89.875.500
Indeks Cashflow Postive		0,00	0,00	0,21
Positif Cashflow	2			
Payback Periode	2,21			

Positif Cashflow menunjukkan hasilnya yaitu 2 itu artinya proyek tersebut akan mempunyai nilai positif dimulai dari tahun ke-2. Payback Periode menunjukkan hasilnya yaitu 2,21 atau 2 tahun 2 bulan.

Tabel 4. Perhitungan NPV dan IRR

Tahun	Arus kas	Diskon Faktor	PV
0	(92.880.000)	1,000	(92.880.000)
1	8.404.000	0,870	7.307.826
2	59.962.000	0,756	45.339.887
3	114.389.500	0,658	75.212.953
NPV			34.980.666
IRR			31%

Pada penelitian ini didapatkan bahwa NPV sebesar 34.980.666 yang artinya proyek dapat diterima. Sedangkan, Internal Rate of Return (IRR) dapat dikatakan layak apabila $IRR > \text{Presentase bunga deposito}$ dan dikatakan tidak layak apabila $IRR \geq \text{Persentase bunga deposito}$. Pada penelitian ini didapatkan tingkat IRR yaitu 31% lebih besar daripada rata-rata modal tertimbang yaitu sebesar 15%.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan studi kelayakan akhirnya sampai pada kesimpulan. Mengenai pembukaan cabang Pallet Coffee di Galaxy, Bekasi, penulis menyimpulkan bahwa rencana tersebut layak untuk dijalankan. Berdasarkan hasil kuesioner, Pallet Coffee menyediakan produk yang diinginkan oleh konsumen, harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen, lokasi yang dekat dengan beberapa Sekolah Menengah Atas dan Universitas. Pada aspek teknis pala keyakan pembukaan cabang Pallet Coffee ini dinyatakan layak karena telah memenuhi syarat-syarat terdiri dari penentuan kapasitas produksi dan penentuan layout ruangan yang maksimal.

Pada aspek manajemen sumber daya manusia mengenai pembukaan cabang Pallet Coffee ini dinyatakan layak karena telah memenuhi syarat-syarat yang terdiri dari penentuan struktur organisasi, penjabaran deskripsi jabatan, dan pemberian kompensasi. Ditinjau dari aspek keuangan, pembukaan cabang Pallet Coffee di Galaxy, Kota Bekasi ini dinyatakan layak berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa adanya hasil positif pada Net Present Value yaitu sebesar 17.089.711. Pada perhitungan Payback Periode ditemukan bahwa pengembaliannya dibawah dari batas yang ditentukan serta tingkat Internal rate of Return sebesar 26% lebih besar dari rata-rata modal tertimbang sebesar 15%. Ditinjau dari segala aspek, Pallet Coffee, Galaxy, Bekasi dinyatakan layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaly, NF, Praptono B, dan Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi Di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. *eProceedings of Engineering* 2(2):48-55.
- Kasmir dan Jakfar. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P dan Keller, KL. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.