

## PENDIRIAN *BUSINESS PLAN* DI DAERAH KARAWANG DENGAN MEMANFAATKAN PERAN TEKNOLOGI DALAM MASA PANDEMI

Wahyudin Wahyudin<sup>1</sup>, Billy Nugraha<sup>2</sup>, Ida Rinjani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Singaperbangsa Karawang  
<sup>1,2,3</sup>Jl. H.S. Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Karawang 41361, Indonesia  
e-mail: <sup>1</sup>hwwahyudin@gmail.com, <sup>2</sup>billynugraha982@gmail.com,  
<sup>3</sup>idarinjani19@gmail.com

### Abstrak

Permasalahan ektor wirausaha di Kabupaten Karawang khususnya UMKM mengalami kemunduran. Hal ini dipengaruhi karena dampak pandemi Covid-19. Salah satu wirausaha yang menjanjikan untuk dicoba adalah di bidang kuliner. Karena bisnis kuliner memberikan kontribusi terbesar untuk sektor ekonomi kreatif dengan sumbangsih hingga 34%. Tujuan penulisan ini yang akan bermuara pada penyusunan *business plan* dengan memanfaatkan peran teknologi di masa pandemi. Sebagai metode penulisan tahap awal dalam penyusunan *business plan*, penulis telah melakukan riset pasar melalui penyebaran kuesioner online kepada responden dari tanggal 6 s/d 12 Juli 2020. Berdasarkan data hasil rekapitulasi kuesioner online, tercatat terdapat 235 responden yang ikut berpartisipasi dalam riset pasar penulis. Hasil penulisan akan membuat *business plan* yang nantinya dirintis menjadi wirausaha baru. Khususnya di sekitar Kabupaten Karawang dapat meningkat di tengah pandemi Covid-19 ini. Bisnis yang dirintis akan menyesuaikan dengan hasil kuisioner online, yaitu akan dibuatnya kuliner traditional food, fast food dan beberapa jenis olahan nasi.

**Kata Kunci:** *business plan, traditional food, fast food.*

### Abstract

Problems ektor entrepreneurship in the Khanewal District in particular SMES suffered a setback. It is influenced because of the impact pandemi Covid-19. One of the entrepreneurs who promising to try is in the culinary field. Because the culinary business providing the largest contribution to the creative economy sector with a contribution of up to 34%. The purpose of this writing that will lead to the preparation of the *business plan* by utilizing the role of technology in the pandemic. As a method of writing the early stages in the preparation of the *business plan*, the author has conducted market research through the dissemination of the online questionnaire to the respondents from the date of 6 s/d 12 November 2020. Based on data recapitulation of the online questionnaire, it was noted there were 235 respondents who participated in the market research of the author. The result of the writing will make the *business plan* which later pioneered into new entrepreneurs. Particularly around Karawang District can be increased in the middle pandemi Covid-19 this. The business pioneered will adjust with the results of the online questionnaire, which will be made of the culinary traditional food, fast food and some types of processed rice.

**Keywords:** *business plan, traditional food, fast food.*

### 1. PENDAHULUAN

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah keseluruhan proses tentang hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang, dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini sangat penting, karena perencanaan usaha merupakan pedoman kerja

bagi seorang wirausaha. Pada umumnya, perencanaan usaha mengatur tentang proses kegiatan usah, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, keuangan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan penyediaan atau pengadaan peralatan [1]. Adapun prinsip-prinsip dalam perencanaan usaha tersebut sebagai berikut [2]:

- a. Perencanaan usaha harus dapat diterima oleh semua pihak.
- b. Perencanaan usaha harus fleksibel dan realistis.
- c. Perencanaan usaha harus mencakup seluruh aspek kegiatan usaha.
- d. Perencanaan usaha harus merumuskan cara-cara kerja usaha yang efektif dan efisien.

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah sebuah *selling document* yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial [3]. Dapat disimpulkan, perencanaan usaha merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausahawan yang mengembangkan dan menggambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai suatu usaha. Perencanaan usaha itu harus mencakup berbagai jenis kegiatan sebagai berikut [4]:

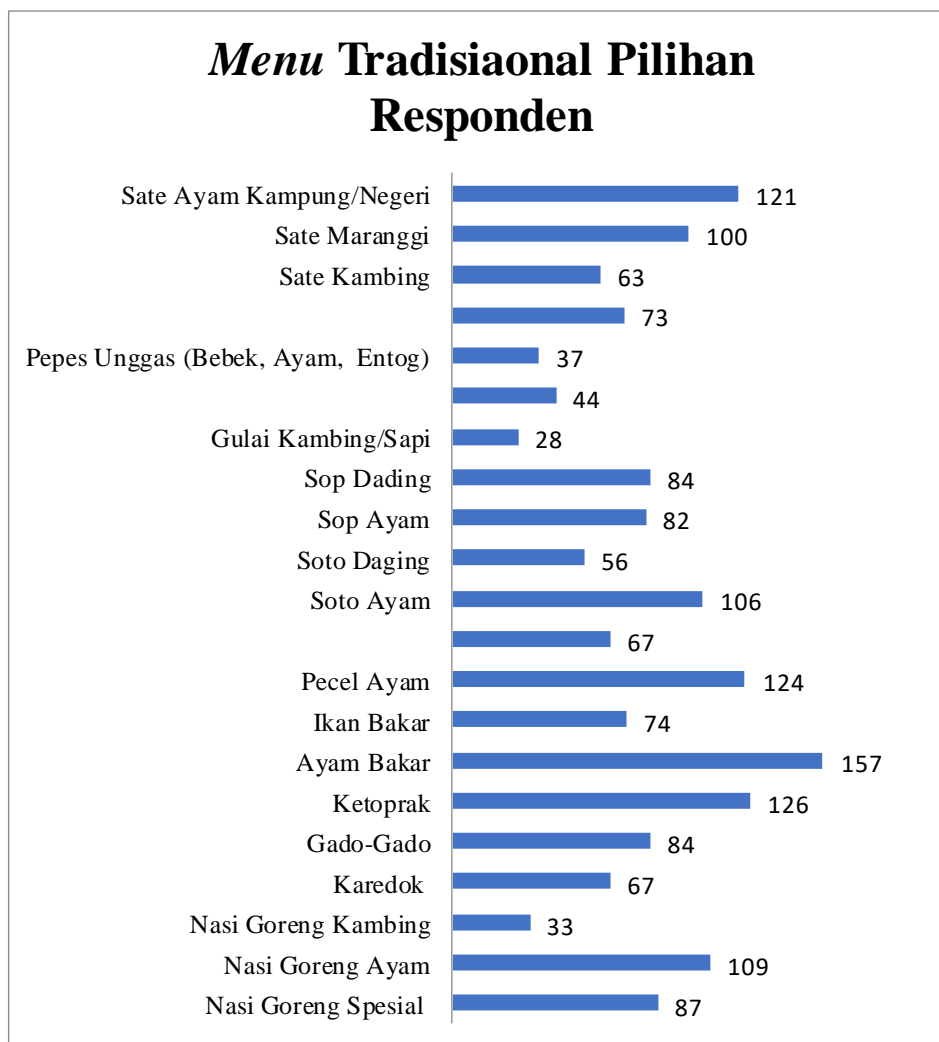
- a. Mempelajari dan meramalkan masa depan usaha.
- b. Menentukan sasaran beserta fasilitas yang diperlukan dalam usaha.
- c. Membuat program kerja dan perhitungan usaha.
- d. Menentukan prosedur kerja di dalam usaha.
- e. Menentukan rencana anggaran usaha.
- f. Membuat kebijaksanaan usaha.

Komponen-komponen utama yang dianjurkan ada dalam sebuah perencanaan bisnis dan garis besar isinya sebagai berikut [5]:

- a. Ringkasan (*executive summary*), berisi gambaran singkat kira-kira 1 sampai 2 halaman, mencakup latar belakang proyek, penggagas proyek, pasar yang menjadi sasaran, pengelolaan proyek sampai dengan kelayakan proyek secara finansial, dan kelayakan proyek secara umum.
- b. Deskripsi perusahaan (*company description*), berisi gambaran singkat profil perusahaan yang akan menjalankan proyek, misalnya aspek hukum/legal dari bentuk badan usaha.
- c. Barang atau jasa yang diproduksi atau dipasarkan, berisi gambaran barang atau jasa yang akan diproduksi atau dipasarkan.
- d. Analisis aspek pasar, berisi gambaran tentang secara peluang bisnis dan prospeknya, kondisi persaingan, posisi perusahaan dalam pasar dan usaha-usaha pemasarannya.
- e. Analisis aspek teknik/produksi, berisi gambaran tentang bisnis/proyek dalam masa pembangunan, bisnis/proyek sudah berjalan atau beroperasi.
- f. Analisis aspek finansial/keuangan, berisi gambaran tentang kebutuhan dana, sumber dana, menghitung aliran kas/*cash flow*, menilaia kelayakan bisnis/proyek dari sisi keuangan.

Sektor wirausaha di Kabupaten Karawang khususnya UMKM mengalami kemunduran. Dalam hal untuk mencegah kolaps pelaku usaha UMKM di Kabupaten Karawang beralih pada perencanaan bisnis. Hal ini dipengaruhi karena dampak pandemi Covid-19. Salah satu wirausaha yang menjanjikan untuk dicoba adalah di bidang kuliner. Karena bisnis kuliner memberikan kontribusi terbesar untuk sektor ekonomi kreatif dengan sumbangsih hingga 34%. Berdasarkan hal di atas, demi mewujudkan target Kemenperin dalam peningkatan 4% wirausaha baru. Maka dilakukanlah penulisan ini yang akan bermuara pada penyusunan *business plan* dengan memanfaatkan peran teknologi di masa pandemi. *Business plan* ini disusun berdasarkan hasil riset berbentuk kuesioner *online* kepada responden dari tanggal 6 s/d 12 Juli 2020. Berdasarkan data hasil rekapitulasi kuesioner *online*, tercatat ada 235 responden yang ikut berpartisipasi dalam

riset pasar penulis. Berdasarkan hasil riset pada Gambar 1. jenis kuliner apakah yang sedang diminati oleh responden saat ini. Maka kemudian memperincikan dari jenis kuliner tersebut, jenis *traditional food* yang diminati responden, jenis *fast food* yang disukai responden, serta jenis nasi yang dipilih responden untuk hadir di Kabupaten Karawang. Berikut hasil risetnya pada Gambar 1. di bawah ini:



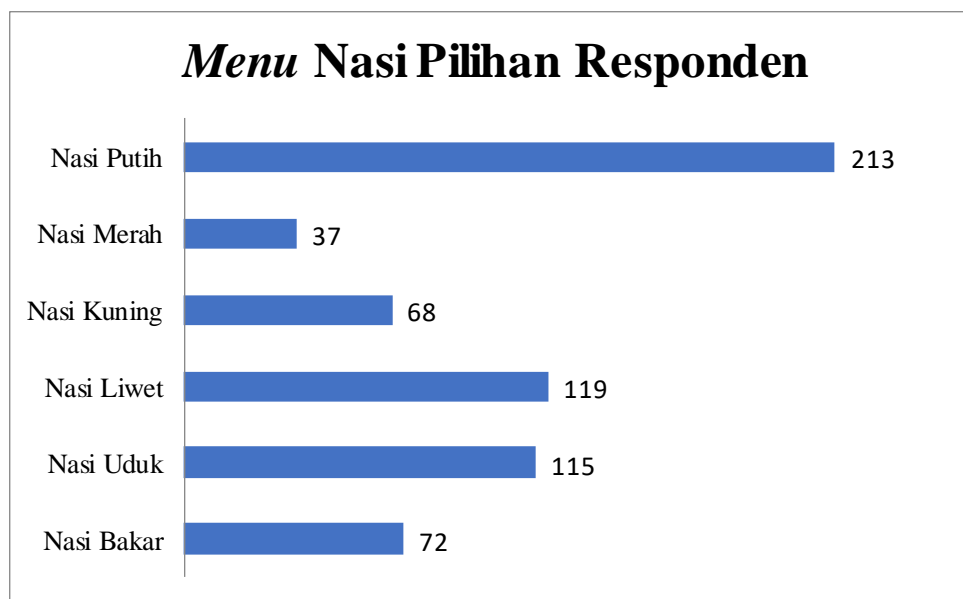
**Gambar 1.** Hasil Riset *Menu Traditional Food* Pilihan 235 Responden

Berdasarkan Gambar 1. di atas responden lebih memilih ayam bakar sebagai jenis *menu traditional food* dengan persentase 66,8% atau sekitar 157 responden. Lalu diikuti ketoprak di posisi kedua dengan persentase 53,6% atau sekitar 126 responden. Selanjutnya ada pecel ayam yang menempati posisi ketiga dengan persentase 52,8% atau sekitar 124 responden yang memilih. Sedangkan *menu fast food* pilihan responden sesuai hasil kuisisioner *online* dijelaskan dalam Gambar 2.

Berdasarkan Gambar 2. di atas yang menjadi pilihan responden adalah *fried chicken* dengan persentase 86% atau sekitar 202 responden. Di urutan kedua ada kentang goreng dengan persentase 34% atau sekitar 80 responden. Di urutan ketiga ada *nugget sosis* dengan persentase 26% atau sekitar 61 responden. Sedangkan *menu* jenis nasi pilihan responden sesuai hasil kuisisioner *online* dijelaskan dalam Gambar 3. di bawah ini:



**Gambar 2.** Hasil Riset *Menu Fast Food* Pilihan 235 Responden



**Gambar 3.** Hasil Riset *Menu Pilihan* 235 Responden

Berdasarkan Gambar 3. di atas adalah nasi putih dengan persentase 90,6% atau sekitar 213 responden. Di urutan kedua ada nasi liwet dengan persentase 50,6% atau sekitar 119 responden. Di urutan ketiga ada nasi uduk dengan persentase 48,9% atau sekitar 115 responden.

### **1.1 Literature Review**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto Prasetyo Siantar: Jurnal ini bertujuan untuk mengevaluasi segala aspek dari kelayakan bisnis dari bisnis keju “*Cattle Cheese*”. Dengan semakin maraknya persaingan di Indonesia terutama dalam hal keju, di sini

"Cattle Cheese" menawarkan produk keju lokal dari bahan susu sapi segar dan bebas bahan pengawet. Tujuan dari didirikannya "Cattle Cheese" adalah menyediakan beberapa jenis keju yang jarang diproduksi di Indonesia, yaitu *mozzarella*, *provolone*, *camembert* dan *ricotta*. Dari hasil perhitungan pada aspek keuangan selama 5 tahun maka didapatkan NPV sebesar 1.034.446.613,08 dan IRR sebesar 82,34%, dimana *payback period*-nya adalah 3 tahun 2 bulan, sehingga dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proyek bisnis keju ini layak untuk dijalankan [6].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh H. Chairil M. Noor dan Gartika Rahmasari: Kondisi yang harus selalu dijaga oleh UMKM bahwa keberlangsungan usaha (*sustainability*) dan *trust* nasabah atau masyarakat perlu dipelihara dengan sebaik mungkin, oleh karena itu sudah saatnya UMKM dikelola secara profesional termasuk dalam penyusunan perencanaan bisnisnya. Rencana bisnis merupakan kebijakan berupa konsep yang menggambarkan rencana pengembangan dan kegiatan usaha UMKM dalam jangka waktu tertentu, serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut sesuai target dan waktu yang ditetapkan, yang mencakup rencana dalam jangka pendek, jangka menengah, dan rencana strategis pengembangan jangka panjang (Rensta). Hal penting yang perlu diperhatikan dalam rencana bisnis UMKM yaitu: faktor eksternal dan internal, prinsip kehati-hatian, asas pengelolaan usaha yang sehat, matang realistis dan komprehensif, serta berorientasi pada arah kebijakan pencapaian berupa *vision*, *mission*, *goal*, *objective*, dan *jobs* (VMGOJ). Keberhasilan pelaksanaan rencana bisnis UMKM dan terpenuhinya target serta indikator pencapaian dalam perencanaan ditentukan oleh bagaimana SDM bekerja dalam satu *teamwork* yang kompak dan profesional [7].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zainul Mufid, Rizal Bahweres dan Iwan Krisnadi: Pada penelitian ini akan mengkaji aspek bisnis melalui analisis perencanaan bisnis dilihat dari sisi *provider* terkait dengan aspek finansial, tetapi tidak menutup kemungkinan dari sisi bank X yang terbatas pada aspek pasar. Analisis pasar dapat dilakukan dengan mengkaji potensi nasabah yang dimiliki bank X, sedangkan analisis finansial penyedia *switching system* dan aplikasi dapat diperoleh dari nilai investasi perusahaan penyedia PT. Z. Dengan menghitung beberapa parameter kelayakan seperti PP (*Payback Period*), ROI (*Return On Investment*), NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*) dan PI (*Profitability Index*) dari data internal keuangan perusahaan *provider switching system* dan aplikasi serta mengidentifikasi potensi nasabah bank X, maka dapat dianalisis dan disimpulkan kelayakan perencanaan bisnisnya [8].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Candra Taufik dan Yusuf Sanny: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori kewirausahaan dalam proses penyaringan peluang bisnis atau penentuan peluang bisnis (*venture opportunity*) yang benar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif dengan mengambil sample sebanyak 60 orang yang memiliki ide bisnis bidang IT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waktu rata-rata pengambilan keputusan *Go/No-Go* adalah 6.39 hari dan standard deviasi 1.47 hari. Untuk tingkat keyakinan 90% diperoleh range rata-rata waktu penggunaan metode ESTD 4.45 s/d 8.33 hari. Sekitar 89 % dari responden menyatakan bahwa metode pengambilan keputusan *Go/No-Go* ini mudah dipahami dan dipergunakan serta 19% responden menyarankan untuk menambahkan contoh-contoh asumsi [9].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhaemin: Sebuah perencanaan penanggulangan bencana (DRP), membutuhkan pemahaman tentang analisa proses bisnis kritikal. Pemahaman ini, selain mencakup aspek teoretis harus juga mencakup aspek praktis dan teknis pengelolaan DRP. Ketersediaan sumber data dan informasi merupakan keharusan bagi proses pemahaman pengelolaan DRP. Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIK) yang dikelola oleh Departemen Dalam Negeri dalam hal ini di bawah

---

Direktorat Jenderal Administrasi Kependudukan cq Direktorat Informasi Kependudukan. Untuk menghindari resiko dan dampak dari terjadinya bencana terhadap Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SI AK), diperlukan tindakan preventif dan peringanan (mitigation) dengan membuat Pusat Pemulihan Bencana yang selanjutnya disebut *Disaster Recovery Center*. *Disaster Recovery Center* merupakan bagian yang integral dari *Disaster Recovery Plan* (DRP) dan yang lebih luas lagi adalah *Business Continuity Plan* (BCP) [10].

## 2. METODE PENELITIAN

Berbagai permasalahan yang berhubungan dengan perencanaan bisnis untuk UMKM demikian banyak. Oleh karena itu pada penulisan hanya mengemukakan masalah perencanaan bisnis yang dianggap penting untuk perkembangan UMKM kedepannya. Sehubungan dengan hal itu permasalahan yang dibahas dalam artikel ini merupakan esensi perencanaan bisnis bagi UMKM sebagai berikut [7]:

- a. Sudah saatnya UMKM agar dapat dikelola secara profesional.
- b. Pelaku UMKM harus faham beberapa risiko bisnis yang dikelolanya.
- c. Bagaimana fenomena perkembangan bisnis UMKM yang efektif.
- d. Pelaku UMKM supaya menyusun pencanaan bisnis sebagai perencanaan strategis dan konsep strategis.
- e. UMKM dapat menentukan beberapa tipe strategi dalam usahanya.
- f. UMKM harus memperhatikan faktor pendukung penyusunan rencana bisnis UMKM dan orientasi rencana bisnis UMKM.
- g. Pelaku UMKM menentukan Instrumen penting dalam rumusan rencana bisnis UMKM.

Penyusunan artikel ini diolah dari berbagai sumber data terutama studi literatur yang berhubungan dengan judul yang menggambarkan permasalahan di atas. Adapun metode pembahasan dalam artikel ini adalah mendikripsikan berbagai sumber literatur yang dianalisis dengan melihat kondisi nyata yang ada di masyarakat lalu membandingkannya. Hal ini dirasa perlu untuk mempertajam analisis pembahasan agar lebih menggambarkan kondisi terkini yang hidup di masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Permintaan Pasar

Permintaan pasar (*market demand*) adalah banyaknya permintaan individu di pasar yang mengacu pada *unit* waktu dan harga tertentu. Berdasarkan hasil kuesioner *online* yang dilakukan didapatkan bahwa jenis kuliner "*traditional food*" merupakan salah satu jenis makanan yang banyak diminati oleh masyarakat. Khususnya yang tinggal di Kabupaten Karawang, dengan jumlah responden sebesar 149 orang (63,4%) yang memiliki rentan usia "17 - 25" tahun. Pada usia tersebut masuk kedalam kategori "Remaja" dan berstatus "Pelajar/Mahasiswa". Berdasarkan hal tersebut, konsep usaha kuliner ini akan menjadi tempat kuliner yang memberikan kesan *trendy*, *instagramable*, dan unik. Sehingga pelanggan dapat merasakan pengalaman yang sangat menyenangkan apabila berkunjung. Selain itu, harga yang ditawarkan pun akan disesuaikan dengan kemampuan pelanggan.

### 3.2 Marketing Mix (9-P)

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk terus-menerus mencapai tujuan di pasar sasaran. Berikut penjelasan sebagai berikut:

- a. *Product*, meninjau pasar yang akan dijadikan *target* penjualan dan segmentasi pasar yaitu masyarakat, khususnya yang memiliki kemampuan ekonomi menengah ke bawah. Seperti karyawan, PNS, guru, pelajar/mahasiswa, dan lain sebagainya. Kemudian juga memberikan pelayanan dan fasilitas yang memadai seperti tempat

makan yang nyaman, *free wifi*, *spot photography*, dan *live music*. Hal tersebut dapat meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan-pelanggan baru.

- b. *Price*, menentukan harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan, dimana faktor penentuan harga berdasarkan *menu*, porsi dan permintaan pelanggan.
- c. *Place*, akan didirikan di Jl. Dewi Sartika Karawang, dimana lokasi tersebut sangat strategis karena berada di tengah-tengah kota, selain itu juga lokasi tersebut sering dilalui oleh masyarakat ketika sedang melakukan aktivitas dikarenakan akses jalan yang sangat mudah.
- d. *Promotion*, dengan cara testimonial (mulut ke mulut) yang masih terbilang cukup efektif apabila dilakukan, promosi melalui *media social* yang dapat meningkatkan penjualan karena hampir sebagian besar masyarakat menggunakan *media social* seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *loyalty programs* dengan memberikan potongan diskon serta *voucher* yang dapat digunakan.
- e. *People*, memiliki standar dan kualifikasi yang baik dalam melakukan *recruitment* tenaga kerja khususnya bagi mereka yang memiliki pengalaman, keahlian, dan *attitude* yang baik. hal tersebut dilakukan agar citra perusahaan dapat menjadi lebih baik.
- f. *Process*, memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan yang akan berkunjung dan membeli produknya. Di mana proses pemesanan, proses pembelian, proses administrasi dan proses pembayaran dirancang semudah mungkin agar para pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.
- g. *Physical evidence*, dirancang sebaik mungkin dengan mengedepankan aspek keindahan, kenyamanan dan keamanan. Di mana setiap detail bangunan interior eksterior didesain semenarik mungkin, dan penampilan tenaga kerja yang profesional.
- h. *People opinion*, dibangun dengan terus membuat *menu* makanan yang berkualitas, terjangkau dan lain sebagainya. Usaha yang akan dilakukan program CSR untuk membantu masyarakat dan juga membangun kesan positif masyarakat terhadap usaha rumah makan tersebut.
- i. *Political power*, melakukan strategi pengembangan dengan bekerjasama dengan pemerintah daerah dalam hal mendukung program-program kuliner yang diselenggarakan, dan juga mempertimbangkan kebijakan-kebijakan politik apa saja yang berlaku di wilayah Kabupaten Karawang terkait usaha rumah makan.

### 3.3 Segmenting, Positioning, dan Targeting (STP).

- a. *Segmenting*, usaha ini sebagai penantang pasar (*market challenger*) melakukan segmentasi dengan melihat berbagai variabel sebagai berikut:
  - 1.) Geografis, dalam pemilihan *area* memilih lokasi usahanya di Jl. Dewi Sartika, Kabupaten Karawang dengan beberapa alasan:
    - a.) Potensi Kabupaten Karawang terhadap usaha kuliner sangat besar, menurut Brata Santoso selaku VP *Operation and Business Development Go-Food Festival* sudah lebih dari 80% pengusaha kuliner yang berada di Kabupaten Karawang memiliki potensi tumbuh dan berkembang. Sehingga banyak dari usaha-usaha tersebut yang melakukan *partnership* dengan *Go-Food*.
    - b.) Jl. Dewi Sartika merupakan jalan protokol dua arah dengan masing-masing dua jalur yang sangat mudah untuk diakses oleh semua orang. Kepadatan jalan Dewi Sartika sangat tinggi dari pagi sampai dengan malam hari karena jalan Dewi Sartika merupakan jalan utama ditengah kota Kabupaten Karawang yang menghubungkan beberapa tempat strategis dan pusat usaha di Tuparev.



- c.) Keberadaan pesaing di Jl. Dewi Sartika relatif sedikit jumlahnya jika dibandingkan di jalan Tuparev yang sudah sangat padat dipenuhi usaha kuliner. Keberadaan pesaing di jalan Dewi Sartika lebih sedikit dan letaknya cukup berjauhan dan tipe rumah makan yang berbeda-beda.
  - d.) Jl. Dewi Sartika merupakan *area* perdagangan, usaha, dekat *area* pemukiman, kampus dan sekolah. Sehingga potensi pelanggan yang akan mengunjungi usaha akan semakin lebih besar.
- 2.) Demografis, pada variabel ini yang membedakan pasar berdasarkan beberapa faktor:
- a.) Usia: 12 – 20 Tahun : Remaja, 21 – 30 Tahun : Dewasa, dan 31 – 50 Tahun : Produktif.
  - b.) Pekerjaan: Pelajar/Mahasiswa: Seseorang yang sedang menuntut ilmu di jenjang pendidikan tertentu. Pegawai: Seseorang yang bekerja pada suatu perusahaan/instansi tertentu dengan penghasilan tetap tiap bulan. Pengusaha: seseorang yang memiliki usaha sendiri/mandiri dan berpenghasilan tidak tetap.
- 3.) Psikografis, pada zaman yang serba maju saat ini identik dengan gaya hidup yang *modern* karena selain tuntutan jaman yang semakin tinggi kemajuan teknologi menjadi penyebab utama dalam perubahan gaya hidup seseorang, khususnya dalam hal kuliner. Tempat makan yang menyediakan tempat nongkrong di tempat gaul yang pada *era* milenial ini sangat menjadi tren untuk semua kalangan, dari usia muda sampai usia tua, pelajar, mahasiswa sampai pekerja membutuhkan tempat untuk melepaskan penat setelah seharian beraktivitas dan kebutuhan mengembangkan *social networking* bagi mereka.
- b. *Positioning*, memberikan nama usaha, hal tersebut menunjukkan bahwa usaha ini memberikan peluang bagi para pengusaha untuk dapat bekerjasama dalam menjual produk-produk usahanya. Membangun kepercayaan terhadap konsumen dapat menikmati fasilitas seperti: tempat makan yang nyaman dan bersih, *wifi* gratis, *live music*. Selain itu usaha ini juga memberikan kebebasan waktu bekunjung mulai jam 10:00 s/d 01:00. Sehingga memberikan keleluasaan konsumen dalam menikmati fasilitas yang diberikan.
  - c. *Targeting*, memilih target pasar di Kabupaten Karawang dengan jumlah penduduk kurang lebih 4 juta jiwa pada tahun 2017 (sensus penduduk, Kabupaten Karawang). Selain itu berlokasi di Jl. Dewi Sartika yang dimana wilayah tersebut merupakan wilayah perdagangan, usaha, dekat wilayah pemukiman, kampus, sekolah dan perbelanjaan yang mayoritas merupakan para pelajar/mahasiswa dan para pegawai perkantoran. Dengan usia produktif dan generasi muda 17 – 30 tahun berjumlah lebih dari 500 ribu jiwa dan jumlah usia produktif 31 – 50 tahun berjumlah 450 ribu jiwa. Dari data ini jelas merupakan potensi pasar yang sangat besar untuk usaha ini.

### **3.4 Analisis Finansial (Studi Kelayakan) Usaha**

Analisis kelayakan finansial merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengkaji kemungkinan-kemungkinan dalam mendapatkan keuntungan yang diperoleh dari suatu penanaman modal. Tujuan untuk dilakukannya analisis kelayakan secara finansial adalah menghindari ketelanjuran dalam penanaman modal yang terlalu besar. Setelah dilakukan perhitungan didapat tabel analisis finansial atau pada Tabel 1. di bawah ini:

**Tabel 1.** Jumlah Biaya Investasi/Modal



No	Biaya Investasi	Biaya (Rp)
	IT & Inventory	22.810.000
	Bangunan	78.800.000
	Peralatan	77.790.500
<b>Jumlah Biaya Investasi</b>		<b>179.400.500</b>
Biaya Variabel		Biaya (Rp)
	Bahan Baku	84.562.500
	Tenaga Kerja	24.000.000
	Utilitas dan Lain-lain	4.490.000
<b>Jumlah Biaya Variabel</b>		<b>113.052.500</b>
<b>Jumlah Investasi/Modal</b>		<b>292.453.000</b>

Berdasarkan Tabel 1. yang di atas dapat diketahui bahwa usaha membutuhkan jumlah biaya investasi sebesar Rp.179.400.500. Selain itu jumlah biaya variabel sebesar Rp.113.052.500. Sedangkan untuk jumlah biaya investasi/modal yang dikeluarkan sebesar Rp.292.453.000.

### 3.5 Analisis Keuangan (Studi Kelayakan) Usaha

Analisis keuangan didapat pada tabel analisis finansial atau pada Tabel 2

Berdasarkan hasil analisis keuangan (studi kelayakan) usaha perhitungan yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa:

- HPP (*Harga Pokok Produksi* atau *cost of goods sold*) adalah perhitungan manajerial yang mengukur biaya langsung yang dikeluarkan dalam memproduksi sebuah produk yang dijual selama suatu periode. Berdasarkan Tabel 2. di atas bahwa, usaha menjual barang dagangannya sebesar Rp.14.648.
- Profit* adalah keuntungan finansial yang didapatkan oleh sebuah perusahaan dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Keuntungan didapatkan dari mengurangi biaya dengan pendapatan atau *omzet* perusahaan. Dapat diketahui bahwa *profit* yang diperoleh usaha di dalam penjualan produk yaitu Rp.52,00.
- NPV (*Net Present Value*) adalah selisih antara *present value* aliran kas bersih atau sering disebut *proceed* dengan *present value* investasi. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan hasil NPV bernilai positif sebesar Rp.32.294.292, dan untuk NPV bernilai negatif sebesar Rp.61.801.295.
- Payback Period* adalah periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*). Setelah dilakukan perhitungan diketahui bahwa periode pengembalian pengeluaran investasi selama 3 tahun 7 bulan.
- BCR (*Benefit Cost Ratio*) adalah jumlah rasio yang terdapat antara manfaat bersih yang bernilai positif dengan manfaat nilai yang bernilai negatif di dalam sebuah usaha. Di dalam penerapan *B/C ratio*, sebuah usaha atau kegiatan investasi bisa

dikatakan layak untuk dijalankan apabila diperoleh jumlah  $B/C > 1$ . Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan diketahui nilai  $B/C$  usaha ini Rp.1.

- f. BEP (*Break Even Point*) adalah suatu keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dilakukan, penjualan produk sebesar 5955,9529 unit, dan BEP Rupiah sebesar Rp.14.592.
- g. IRR (*Internal Rate of Return*) adalah metode penyusutan peringkat usulan investasi dengan menggunakan tingkat pengembalian dari sebuah investasi, yang dihitung dengan menemukan tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang. Kriteria dari investasi IRR ini memberikan pedoman bahwa proyek akan dipilih apabila  $IRR >$  keuntungan yang disyaratkan. Kriteria pengambilan keputusan pada IRR adalah bahwa usaha dapat diterima bila IRR lebih besar dari suku bunga pembanding. Suku bunga pembanding dapat berasal dari suku bunga *bank* dan masih harus menyesuaikan dengan resiko yang harus dihadapi. Semakin tinggi resiko, makin tinggi pula suku bunga pembanding yang diperlukan. Berdasarkan hasil perhitungan IRR diketahui bahwa nilai IRR usaha ini untuk produknya sebesar 14%. Diketahui bahwa besarnya MARR adalah 10%. Dari hasil perhitungannya, diperoleh bahwa  $IRR > MARR$ , dan hal ini menandakan bahwa proyek dapat dilaksanakan.

**Tabel 2.** Jumlah Biaya Investasi/Modal

No	Biaya Analisis Kelayakan	Biaya (Rp)
	Penjualan	88.200.000
	Harga Jual	14.700
	Estimasi Penjualan Produk	200 unit
	Harga Pokok Produksi	14.648
	Keuntungan	52
	<i>Net Present Value 1</i>	32.294.292
	<i>Net Present Value 2</i>	61.801.295
	<i>Payback Period</i>	3 Tahun + 7 Minggu
	BCR	1,180 unit
	<i>Break Even Point Unit</i>	5955,9529 unit
	<i>Break Even Point Rupiah</i>	14.592
	<i>Internal Rate of Return</i>	14%

#### 4. KESIMPULAN

Penulisan berbasis non-penelitian dalam bentuk *business plan* ini diharapkan dapat menciptakan peluang usaha baru untuk mengevaluasi lebih dalam kembali dari segala aspek, yaitu pemasaran, operasional, organisasi dan sumber daya manusia, dan keuangan. Hasil dari masing-masing pembahasan yang telah dijelaskan di atas merupakan hasil manajemen strategi yang diperlukan dalam pendirian *business plan* di masa pandemi saat ini. Dengan harapan dengan adanya usaha kuliner yang akan hadir ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekita. Seperti yang diketahui lapangan pekerjaan di masa pandemi ini banyak yang diberhentikan atau dikeluarkan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan rasa terimakasih tersampaikan untuk Rektor Universitas Singaperbangsa Karawang, Dekan Fakultas Teknik dan Koordinator Program Studi S-1 Teknik Industri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supriyanto, "Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha," *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, vol. VI, no. 1, pp. 73-83, 2019.
- [2] A. Harefa, *Berwirausaha dari Nol 10 Kiat Sukses dengan Modal Seadanya*, Jakarta: Gramedia, 2008.
- [3] F. Rangkuti, *Business Plan, Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- [4] I. Solichin, *Memahami Business Plan*, Jakarta: Salemba, 2007.
- [5] L. Pinson, *Panduan Lengkap Menyusun Proposal dan Rencana Bisnis*, Jakarta: Canary, 2003.
- [6] H. P. Siantar, "Business Plan Bisnis Keju "Cattle Cheese" di Surabaya," *Calpra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, vol. III, no. 1, pp. 1-20, 2016.
- [7] H. C. M. Noor and G. Rahmasari, "Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *Jurnal ABDIMAS BSI*, vol. I, no. 3, pp. 454-464, 2018.
- [8] Z. Mufid, R. Bahweres and I. Krisnadi, "Analisis Perencanaan Bisnis Perusahaan Penyedia Jasa Switching dan Aplikasi Mobile Banking Bank X (Studi Kasus: Perusahaan IT PT. Z)," *Incom Tech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, vol. II, no. 2, pp. 143-162, 2017.
- [9] C. Taufik and Y. Sanny, "Implementasi Metode Pengambilan Keputusan Go/No-Go dalam Eksekusi Ide Rencana Bisnis Bidang Teknologi Informasi," *Jurnal SEBATIK*, vol. III, no. 12, pp. 654-662, 2017.
- [10] Muhaemin, "Mengembangkan Business Continuity Planning (BCP) dengan Pendekatan Kuantitatif Studi Kasus: SIAK-DITJEN ADMIDUK KEMENDAGRI," *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informatika dan Komputer*, vol. IX, no. 1, pp. 1-11, 2018.

