

## Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Café Cozy Shisha Di Depok Jawa Barat

Sayed Syarif Faisal<sup>1</sup>, Pandoyo<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

[cozy\\_sunday@yahoo.com](mailto:cozy_sunday@yahoo.com)

### ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis Cozy Shisha terutama dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Aspek Keuangan. Analisis kelayakan pasar yang berada dinilai 4,20 dan dalam range analisis kelayakan point tersebut berada posisi Layak; dari aspek keuangan adalah sebagai berikut: nilai NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp. 61.734.065,86 dimana nominal tersebut Positif dan layak untuk dijalankan. Nilai *rate of return* yang berada dia angka 51% dimana nilai tersebut lebih besar dari suku bunga pinjaman yang ditentukan yaitu 10% berarti layak untuk dijalankan. Nilai *benefit cost ratio* atau *profitability index* café cozy shisha ialah sebesar 2,25 dan layak untuk dijalankan. Dan Nilai *payback periode* yang berada pada jangka waktu 1 tahun 7 Bulan lebih cepat dari rencana investasi 5 tahun. Terkait dengan hasil kesimpulan penelitian penulis, maka saran dari penulis untuk Cafe Cozy Shisha ini adalah dijalankan.

Kata Kunci: SKB, Payback Period, NPV, IRR, Net B/C

### PENDAHULUAN

Wirasaha merupakan salah satu bentuk implementasi untuk memenuhi tingkat kesejahteraan. Selain menguntungkan dari segi ekonomi, sebagian besar kegiatannya juga sangat berperan dalam usaha memenuhi kebutuhan masyarakat banyak baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat lainnya dapat membantu mengatasi permasalahan tenaga kerja walaupun kadang kala hanya bersifat jangka pendek (Kontrak) atau sekedar tenaga kerja sementara (*freelancer*). Akan tetapi cukup realistis jika diungkap bahwa berwirausaha memiliki banyak manfaat lain selain sekedar menyangkut nilai nominal, seperti kepuasan diri dan pencapaian tujuan personal yang dicapai oleh pengusaha tersebut.

Entrepreneurship yang berhasil setidaknya memiliki manfaat yang riil bagi dirinya sendiri, masyarakat luas, juga dalam lingkup regional. Seorang pengusaha jelas saja tidak bisa menjalankan usahanya tanpa bantuan pihak lain (seperti tenaga kerja, pemasok, dan pembeli) serta dukungan kondisi eksternal perusahaan yang kondusif (Keadaan ekonomi Negara, regulasi, dan sebagainya). Sinergi yang terjalin juga berasal dari internal perusahaan dalam perspektif mengenai kehandalan mengelola perusahaan, menciptakan strategi dan manajemen yang adaptif terhadap *market trend*, atau sekedar memanfaatkan peluang untuk menciptakan perubahan yang lebih baik diperusahaan untuk mengoptimalkan potensi kemenangan dari sebuah bisnis.

Agar bisa mencapai tingkat perkembangan dan keuntungan usaha yang optimal, seseorang hendaknya mengkaji lebih dahulu bidang usaha yang akan dimasukinya melalui studi kelayakan bisnis. Dari pengkajian awal ini pula resiko kegagalan dapat diantisipasi dan diminimalisir bahkan dihilangkan.

Perencanaan bisnis yang baik seorang etnrepreuner berguna sebagai dokumen untuk investor, tetapi yang lebih utama perencanaan bisnis yang baik akan menjadi sebuah jalan pembuka menuju laba. Dengan menggunakan langkah-langkah yang teruji dalam menyusun bisnis, pemilik dapat mengembangkan rencana bisnis yang matang, professional, dan berorientasi hasil sejak awal hingga

akhir. Penilaian investasi yang dilakukan para investor terhadap sebuah usaha dan pemiliknya haruslah menghasilkan nilai yang cukup setidaknya untuk kedua belah pihak.

Bisnis cafe mengalami perkembangan cukup besar, ditandai dengan semakin banyaknya bisnis warung makan tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis warung makan sejenis cafe sehingga dapat menarik perhatian banyak pengunjung. Selain itu tidak hanya warung makan tradisional yang merubah rumah makanya menjadi cafe namun banyaknya para wirausaha yang mulai menggeluti usaha ini dengan inovasi-inovasi sehingga membuat cafe yang dia buat berbeda dengan cafe-cafe pada umumnya atau mempunyai ciri khas tersendiri.

Inovasi-inovasi inilah yang membuat pengunjung tertarik karena cafe-cafe sekarang tidak hanya menyediakan makanan-makanan yang biasa seperti makanan cepat saji atau makanan khas indonesia namun mereka sudah menciptakan makanan dengan ciri khas mereka sendiri dengan mengeksplor makanan internasional dengan cita rasa yang beraneka ragam. Selain itu mereka tidak hanya mengandalkan makanan saja namun pelayanan juga mereka tingkatkan dari waktu penyediaan makanan, ruangan yang nyaman dan aman, pelayanan yang ramah dan cepat, harga yang bersain dan sistem pemasaran seperti diskon dan promo yang membuat para pengunjung tertarik untuk datang.

Adapun analisa studi kelayakan bisnis café cozy shisha dilandasi oleh rumusan masalah bagaimana usaha atau bisnis ini layak dijalankan atau dibatalkan. Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis Cozy Shisha terutama dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Aspek Keuangan

## TINJAUAN LITERATUR

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk.

Kegiatan utama bisnis bisa dikategorikan kedalam kegiatan yang berbentuk operasional rutin yang didasarkan pada suatu konsep pendayagunaan sistem yang telah ada dilakukan secara terus menerus serta berulang – ulang. Akan tetapi berbeda jika kegiatan yang dilakukan merupakan proses pembangunan dan perluasan sistem, maka kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan yang berbentuk proyek sehingga kegiatan lainnya yang belum ada dalam bisnis akan berlangsung setelah adanya kegiatan berbentuk proyek ini dilakukan. Misalnya jika sebuah perusahaan akan berdiri maka sistem dibangun terlebih dahulu oleh proyek, baru kemudian dioperasionalkan secara rutin.

Manfaatnya dalam studi adalah sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan baik persetujuan ataupun penolakan terhadap kelayakan suatu rencana bisnis yang akan direalisasikan sesuai dengan kepentingan pihak yang terkait didalamnya. Adapun pihak – pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Pihak investor, karena investor adalah pemilik modal yang memiliki kepentingan langsung tentang keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang ditanamkannya.
2. Pihak kreditor, karena dari pihak ini dana bisa dipinjamkan yang pada akhirnya keputusan pemberian pinjaman dipertimbangkan setelah melakukan pengkajian ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat sebelumnya.
3. Pihak manajemen perusahaan, sebagai pihak yang memberikan kebijakan terhadap langkah perencanaan dari studi kelayakan bisnis tersebut sebagai bentuk realisasi dari ide proyek dalam rangka meningkatkan laba perusahaan.
4. Pihak pemerintah dan masyarakat, ini disebabkan karena adanya kebijakan pemerintah yang akan mempengaruhi kebijakan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung terkait prioritas pemerintah sebagai unsur pendukung yang akan dijalankan.

5. Bagi tujuan pembangunan ekonomi, sebagai analisis manfaat yang akan didapat dan biaya yang akan ditimbulkan oleh proyek terhadap perekonomian nasional. Aspek – aspek yang perlu dianalisis untuk mengetahui biaya dan manfaat tersebut antara lain ditinjau dari aspek rencana pembangunan nasional (kebijakan pemerintah), distribusi nilai tambah pada seluruh masyarakat, nilai investasi per tenaga kerja, pengaruh sosial, serta analisis kemanfaatan dan beban sosial

Analisa kelayakan bisnis merupakan suatu hal yang penting bagi seseorang maupun sebuah organisasi ketika akan melakukan atau memulai bisnis. Dalam bentuk suatu proposal usaha pemilik ide bisnis berupa meyakinkan bagaimana investor atau peminjam dana dapat memberikan tanggapan yang positif atas proposal yang kita ajukan. Walaupun dinilai secara relative atas dasar kepentingan atau dasar hubungan social yang cukup mendalam dikebudayaan Indonesia secara berbeda-beda, maka idealnya sebuah perencanaan bisnis merupakan rencana menuju sebuah kemampuan secara sektoral.

Kemudian, era baru pada perekonomian memerlukan suatu fase sinergis antara semua aspek di lingkungan bisnis dan regulasi yang dibangun oleh pemerintah sesuai dengan *point-point* pada pembangunan ekonomi yang dituju untuk kesejahteraan makro. Penilaian sebuah ide bisnis pun akan semakin luas dengan munculnya fase sinergis, dimana banya kalangan menilai aspek baru seperti lingkungan industri, aspek yuridis, aspek lingkungan hidup dan lain-lain.

Pengembangan perspektif aspek lingkungan industri pun kemudian diperluas lagi secara teknik dan metode yang diterapkan serta kebijakan public strategis dalam konsep kompetisi yang sehat dan pesain lain dalam industri yang terkait. Dari pemaparan penulis diatas maka secara umum penulis akan menganalisa sudut pandang perencanaan bisnis dan penilaian ideal sebagai nilai representatif untuk sebuah analisa bisnis apakah bisnis tersebut layak dijalankan atau tidak dengan poin-poin sebagai berikut

1. Menganalisa latar belakang dan sisi histori yang bernilai tambah untuk usaha yang dipilihnya, baik dari segi pemilik, latar belakang usaha, dan faktor-faktor lainnya yang membuat usaha tersebut berbeda dan inovatif dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya
2. Menganalisa aspek pemasaran. Menganalisa aspek keuangan

## METODE PENELITIAN

Informasi dan data yang di dapatkan dari dilakukannya penelitian ini, diolah dan dianalisis. Analisis diawali dengan mengidentifikasi apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal dari lingkungan perusahaan pada cozy shisha. Alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis usaha berdasarkan nilai IRR, PI, NPV, PP, R/C *Ratio* dan analisis sensitivitas.

1. *Payback Period* (PP) :  $\frac{\text{Nilai Investasi} \times 1 \text{ tahun}}{\text{Kas Masuk Bersih}}$

2. *Net Present Value* adalah perbedaan antara nilai sekarang dari *benefit* (keuntungan) dengan nilai sekarang biaya, yang besarnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

B<sub>t</sub> = *Benefit* bruto proyek pada tahun ke –t

C<sub>t</sub> = Biaya *bruto* proyek pada tahun ke-t

n = Umur ekonomis proyek

i = Tingkat bunga modal (%)

t = Periode per tahun

Apabila dalam perhitungan NPV diperoleh lebih besar dari nol atau positif, maka proyek yang bersangkutan diharapkan menghasilkan tingkat keuntungan, sehingga layak untuk

diteruskan. Jika nilai hasil bersih lebih kecil dari nol atau negatif, maka proyek akan memberikan hasil yang lebih kecil dari pada biaya yang dikeluarkan atau akan merugi (ditolak).

3. *Internal Rate of Return* dari suatu investasi adalah suatu nilai tingkat bunga yang menunjukkan bahwa nilai sekarang netto (NPV) sama dengan jumlah seluruh ongkos investasi proyek. IRR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$IRR = i^+ + \left( \frac{NPV^+}{NPV^+ - NPV^-} \right) \times (i^- - i^+)$$

Keterangan :

I positif = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV positif

I negatif = Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV negative

NPV positif = NPV pada tingkat suku bunga i positif

NPV negatif = NPV pada tingkat suku bunga I negatif

Jika nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku ( $IRR > i$ ), maka suatu perencanaan proyek dinyatakan layak untuk dilanjutkan, dan sebaliknya jika  $IRR < i$ , maka proyek ditolak.

4. Analisis Net B/C bertujuan untuk mengetahui beberapa besarnya keuntungan dibandingkan dengan pengeluaran selama umur ekonomisnya. Adapun rumus akan yang dipakai sebagai berikut :

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=0}^{t=n} \frac{(Bt-Ct)}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^{t=n} \frac{(Bt-Ct)}{(1+i)^t}} \rightarrow \begin{matrix} (Bt-Ct) > 0 \\ (Bt-Ct) < 0 \end{matrix}$$

Keterangan :

Net B/C  $\geq$  1 : usaha layak dilaksanakan

Net B/C < 1: usaha tidak layak dilaksanakan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pemasaran (Segmentasi Targeting dan Positioning)

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing – masing tingkatan serta lokasinya. Strategi pemasaran modern secara umum terdiri dari tiga tahap yaitu Segmentasi pasar (*Segmenting*), penetapan target pasar (*targeting*) , penetapan posisi pasar (*Positioning*). Berikut adalah Segmentasi, targeting dan positioning pada Café Cozy Shisha.

#### 1. Segmentasi

- a. Segmentasi Geografis. Segmentasi geografis untuk Café Cozy shisha ialah daerah Depok dan sekitarnya yang mana lebih difokuskan di daerah cisalak dan cimanggis yang dikelilingi oleh banyak perumahan dan pesaing untuk bisnis ini sangat sedikit.
- b. Segmentasi Demografis.

Berikut adalah segmentasi demografis untuk usaha bisnis Café Cozy Shisha

Tabel 1 Segmentasi demografis

Frekuensi Penikmat Shisha		Penikmat jarang	Penikmat sedang	Penikmat sering
Demografi	Usia	Usia Tua (> 45 Tahun)	Usia Remaja (17 - 23 Tahun)	Usia Dewasa (24 - 44 tahun)
	Status Ekonomi	Menengah Ke atas	Menengah	Menengah keatas
	Jenis kelamin	Pria	Pria & Wanita	Pria & Wanita
	Pekerjaan	karyawan - Pensiunan	Pelajar SMA - Mahasiswa - karyawan	Karyawan

- c. Segmentasi Psikografis. Bila dilihat dari komponen psikografis untuk usaha bisnis café cozy shisha memiliki segmen dengan gaya masyarakat yang memiliki hobi berkumpul dengan teman, pasangan maupun keluarga. Selain itu juga lebih kearah untuk mencari Tempat untuk mendapatkan suasana Kesenangan, keceriaan dan kenyamanan guna melepas penat dari masalah kantor maupun kuliah.
- 2. Targeting  
Bila melihat dari segmentasi Café Cozy shisha maka Targeting dari Café Cozy shisha ialah kalangan penikmat sedang dan penikmat sering dimana mereka cenderung lebih sering mencari tempat berkumpul dengan teman, pasangan dan keluarga ataupun hanya untuk melepas penat dari masalah kantor dan masalah perkuliahan.
- 3. Positioning  
Kami ingin menciptakan image atau citra usaha ini di benak konsumen sebagai tempat yang memiliki keunggulan kompetitif sebagai berikut :
  - a. Tempat shisha yang memiliki rasa variatif dengan kualitas terbaik
  - b. Kenyaman suatu tempat berkumpul yang tidak hanya menyediakan shisha terbaik namun menyediakan makanan dan minuman yang menggugah selera
  - c. Harga makanan, minuman dan shisha yang relatif terjangkau
  - d. Lokasi strategis berada di Ruko “BangDay” cimanggis Depok dimana ditempat tersebut terdapat *Gym, ATM Center, Warnet, Salon, dan Studio Band*, Serta *meeting Room* yang disewakan untuk umum
  - e. Tempat dengan pelayanan yang ramah serta tempat parkir yang cukup luas sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi pengunjung

**Analisi Pemasaran**

Dalam melakukan analisis permintaan, maka menggunakan model matrik pembobotan berskala 1 – 5.

Keterangan :

- Sangat lemah : 1
- Lemah : 2
- Sedang : 3
- Kuat : 4
- Sangat kuat : 5

Tabel 2 Analisis Pemasaran

No	Item yang dinilai	Kriteria Penilaian				
		Sangat Lemah	Lemah	Sedang	Kuat	Sangat Kuat
1	SDM				√	
2	Pesaing				√	
3	Konsumen					√
4	Teknologi				√	
5	Model/Trend				√	
6	Armada Pemasaran				√	
7	Harga				√	
8	Promosi				√	
9	Mutu Produk					√
10	Lingkungan Bisnis					√
11	Rencana Pemasaran				√	
12	Margin Laba				√	
13	Ketersedian Modal				√	
14	Pangsa Pasar				√	
15	Manajemen Pemasaran				√	
<b>Total Bobot</b>					<b>48</b>	<b>15</b>

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi dari interval} - \text{Nilai terendah dari interval}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

**Keterangan**

1,00 - 1,80	= Sangat Tidak Layak
1,81 - 2,60	= Tidal layak
2,61 - 3,40	= Sedang
3,41 - 4,20	= Layak
4,21- 5,00	= Sangat layak

Untuk mengetahui layak atau tidaknya dari segi pemasaran maka dapat dicari dengan rumus:

$$\text{Kelayakan usaha} = \frac{\text{total Bobot}}{\text{Jumlah Item yang dinilai}}$$

$$= \frac{63}{15}$$

$$= 4,20$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebesar 4,20 maka usaha café cozy shisha dari sisi pemasaran dikatakan layak karena masuk pada range 3,41 – 4,20.

**Marketing Mix**

1. Produk Penjualan (*Product*). Product utama dari café cozy shisha ini adalah Shisha dengan kualitas terbaik dimana para pengunjung dapat menikmati shisha tersebut bersama kerabat ataupun keluarga dengan harga yang terjangkau dengan lingkungan yang nyaman serta pengunjung dapat memesan makanan serta minuman yang variatif dan menggugah selera.
2. Penetapan Harga (*Price*)  
Penetapan harga yang akan dilakukan adalah dengan menetapkan harga berdasarkan tingkat keberlangsungan usaha, dimana kami mencari keuntungan yang relatif sehingga dapat menjalankan usaha secara continue untuk meningkatkan pangsa pasar. Adapun untuk metode penetapan harga Café Cozy Shisha menggunakan metode mark-up pricing dimana harga produk yang kami jual berdasarkan dengan Harga beli ditambah dengan Mark Up dimana besarnya mark-up dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan pada saat proses pembelian,keuntungan yang di inginkan oleh pemilik yang telah disesuaikan dengan harga pangsa pasar.
3. Kegiatan Promosi. Beberapa kegiatan promosi yang akan dilakukakan adalah dengan melalui advertising dan sales promotion seperti berikut:
  - a. Mengadakan *event* nonton bareng atau *live music*
  - b. Promosi harga dengan memberikan discount di hari tertentu
  - c. Memberikan voucher untuk dapat di tukarkan dengan pilihan makanan dan minuman gratis bila melakukan pembelian diatas nominal tertentu
  - d. Penyebaran brosur
  - e. Promosi melalui jejaring social
4. Proses. Untuk proses dibagi menjadi 3 dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Proses pembelian bahan baku. Pada proses ini café cozy shisha melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan dimana apabila bahan baku telah mencapai minimum stock maka baru dilakukan pembelian sehingga tidak jadi kekurangan bahan baku atau

kelebihan bahan baku. Untuk harga kami memprioritaskan harga yang semurah mungkin tanpa mengurangi cita rasa atau kualitas masakan.

- b. Proses pembuatan makanan. Proses pembuatan makanan dan minuman di café cozy shisha dilakukan dengan mengedepankan cita rasa dan kualitas yang baik dan juga memerhatikan segi kebersihan pada saat pembuatan maupun pada saat menyajikan.
- c. Proses penyajian atau pelayanan . Untuk proses pelayanan dilakukan ketika pelanggan datang, kami berikan menu terlebih dahulu dan makanan akan disajikan sekitar 5 hingga 10 menit tergantung dari banyaknya *customer* atau orderan yang datang pada saat itu lalu pembayaran dapat dilakukan setelah pelanggan sudah ingin keluar meninggalkan café. Pada proses pelayanan ini café cozy shisha mengedepankan keramahan dan kecepatan dalam menanggapi permintaan *customer*.
- d. *People*. Orang – orang yang melakukan operasional maupun produksi (Memasak) adalah orang yang terpilih dan terampil dalam bidangnya sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi pelanggan maupun karyawan lainnya.
- e. *Physical evidence*. Untuk penampilan pada café kami menggunakan nuansa sederhana dan klasik namun kami desain senyaman mungkin dengan menggunakan meja dan kursi ataupun pelanggan yang suka dengan tipe lesehan kami menyediakan tempat dengan beralaskan karpet yang dilengkapi dengan meja pendek. Selain itu pada saat makan para customer pun akan di iringi oleh lagu pilihan kami sehingga membuat nuansa kumpul semakin nyaman.
- f. *Place*. Tempat yang kami pilih adalah ruko “BangDay” yang berada di cimanggis Depok. Tempat ini sangat strategis dikarenakan di ruko ini terdapat *Gym, ATM Center, Warnet, Salon, dan Studio Band, Serta meeting Room* yang disewakan untuk umum. Selain itu ditempat ini dikelilingi oleh banyaknya komplek dan pesaing untuk café shisha ini sangat jarang di daerah tersebut.

## Aspek Keuangan

### 1. Kebutuhan Modal Awal (Investasi Awal)

Tabel 3. Kebutuhan Modal Awal

Asset	
Item	Price
Alat Shisha	Rp8,000,000.00
Alat Masak	Rp3,000,000.00
Furniture	Rp10,000,000.00
Building Rent	Rp15,000,000.00
Total Asset	Rp36,000,000.00
Modal Kerja	
Bahan Makanan	Rp3,000,000.00
Bahan Minuman	Rp2,000,000.00
Telepon dan Internet	Rp5,200,000.00
Other expense	Rp3,000,000.00
Total Modal Kerja	Rp13,200,000.00
Total Asset+ Modal Kerja	Rp49,200,000.00

### 2. Sumber Dana

Pada bisnis café cozy shisha ini menggunakan Modal pribadi dari Pemilik sebesar Rp. 50.000.000,00 .

### 3. Proyeksi Keuangan

- a. Proyeksi Estimasi Penjualan



Tabel 4. Target Penjualan

No	Item	Target Penjualan							
		Tahun 1		Tahun 2		tahun 3		tahun 4	
		Target Per hari	target per tahun	Target Per hari	target per tahun	Target Per hari	target per tahun	Target Per hari	target per tahun
1	Shisha	5 bonk	1800 bonk	7 Bonk	2520 bonk	8 Bonk	2880 Bonk	10 bonk	3600 bonk
2	Kentang goreng	5 piring	1800 piring	7 piring	2520 piring	8 piring	2880 piring	10 piring	3600 piring
3	sosis	5 piring	1800 piring	7 piring	2520 piring	8 piring	2880 piring	10 piring	3600 piring
4	Ice Coffee	10 gelas	3600 gelas	15 gelas	5400 gelas	17 gelas	6120 gelas	20 gelas	7200 gelas

Tabel 5. Tabel Proyeksi Estimasi penjualan

No	Item	Harga	Pendapatan							
			tahun 1	Pendapatan	tahun 2	Pendapatan	tahun 3	Pendapatan	tahun 4	Pendapatan
1	Shisha	30,000	1,800	54,000,000	2,520	75,600,000	2,880	86,400,000	3,600	108,000,000
2	Kentang goreng	6,000	1,800	10,800,000	2,520	15,120,000	2,880	17,280,000	3,600	21,600,000
3	sosis	7,000	1,800	12,600,000	2,520	17,640,000	2,880	20,160,000	3,600	25,200,000
4	Ice Coffee	7,000	3,600	25,200,000	5,400	37,800,000	6,120	42,840,000	9,000	63,000,000
Total				102,600,000		146,160,000		166,680,000		217,800,000

b. Proyeksi Pengeluaran. Berikut adalah tabel proyeksi pengeluaran per item & pertahun untuk Café cozy shisha

Tabel 6 Proyeksi pengeluaran per item

No	Jenis Pengeluaran	Harga (IDR)	Rincian
1	Shisha:		
	> Flavor	95000/Can	1 can (250 gr) untuk 25 Bonk
	> Bara	50,000/Kg	1 kg untuk 50 Bonk
	> Pipe	90000/Bag	1 Bag (200 Pcs) untuk 100 Bonk
2	Kentang	50000/bag	1 bag (2 Kg) untuk 20 piring
3	Sosis	10500/bag	1 bag (15 pcs) untuk 5 piring
4	Hot Coffee	7000/pack	1 pack untuk 10 gelas

Tabel 4.7 Proyeksi Pengeluaran per tahun

No	Jenis Pengeluaran	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4
1	Sewa tempat	15,000,000.00	15,000,000.00	15,000,000.00	15,000,000.00
2	Gaji Karyawan	28,800,000.00	36,000,000.00	43,200,000.00	50,400,000.00
3	Biaya pemasaran	6,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00
4	Shisha:				
	> Flavor	6,840,000.00	9,595,000.00	11,020,000.00	13,680,000.00
	> Bara	1,800,000.00	2,550,000.00	2,900,000.00	3,600,000.00
	> Pipe	1,620,000.00	2,340,000.00	2,610,000.00	3,240,000.00
5	kentang	4,500,000.00	6,300,000.00	7,200,000.00	9,000,000.00
6	Sosis	3,780,000.00	5,292,000.00	6,048,000.00	7,560,000.00
7	Hot Coffee	2,520,000.00	3,780,000.00	4,284,000.00	5,040,000.00
8	Biaya telp	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
9	Other expense	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
Total		75,060,000.00	91,057,000.00	102,462,000.00	117,720,000.00

c. Proyeksi Rugi/Laba. Berikut adalah proyeksi Rugi/Laba untuk café cozy shisha

Gambar 8 Tabel Laporan Laba Rugi

No	Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4
<b>Penjualan</b>					
1	Penjualan	Rp102,600,000.00	Rp146,160,000.00	Rp166,680,000.00	Rp217,800,000.00
Total penjualan		Rp102,600,000.00	Rp146,160,000.00	Rp166,680,000.00	Rp217,800,000.00
<b>Pengeluaran</b>					
1	Sewa tempat	Rp15,000,000.00	Rp15,000,000.00	Rp15,000,000.00	Rp15,000,000.00
2	Gaji Karyawan	Rp28,800,000.00	Rp36,000,000.00	Rp43,200,000.00	Rp50,400,000.00
3	Biaya pemasaran	Rp6,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp6,000,000.00
4	Shisha:				
	> Flavor	Rp6,840,000.00	Rp9,595,000.00	Rp11,020,000.00	Rp13,680,000.00
	> Bara	Rp1,800,000.00	Rp2,550,000.00	Rp2,900,000.00	Rp3,600,000.00
	> Pipe	Rp1,620,000.00	Rp2,340,000.00	Rp2,610,000.00	Rp3,240,000.00
5	kentang	Rp4,500,000.00	Rp6,300,000.00	Rp7,200,000.00	Rp9,000,000.00
6	Sosis	Rp3,780,000.00	Rp5,292,000.00	Rp6,048,000.00	Rp7,560,000.00
7	Hot Coffee	Rp2,520,000.00	Rp3,780,000.00	Rp4,284,000.00	Rp5,040,000.00
8	Biaya telp	Rp1,200,000.00	Rp1,200,000.00	Rp1,200,000.00	Rp1,200,000.00
9	Other expense	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00
Total Pengeluaran		Rp75,060,000.00	Rp91,057,000.00	Rp102,462,000.00	Rp117,720,000.00
Laba bersih		Rp27,540,000.00	Rp55,103,000.00	Rp64,218,000.00	Rp100,080,000.00



d. Perhitungan Kelayakan Usaha

Tabel 4.9 Tabel Cash Flow

Th	Pendapatan	Pengeluaran	EBIT	Tax	EAT	Penyusutan	cashflow
1	Rp102,600,000.00	Rp75,060,000.00	Rp27,540,000.00	Rp2,754,000.00	Rp24,786,000.00	Rp5,250,000.00	Rp30,036,000.00
2	Rp146,160,000.00	Rp91,057,000.00	Rp55,103,000.00	Rp5,510,300.00	Rp49,592,700.00	Rp5,250,000.00	Rp54,842,700.00
3	Rp166,680,000.00	Rp102,462,000.00	Rp64,218,000.00	Rp6,421,800.00	Rp57,796,200.00	Rp5,250,000.00	Rp63,046,200.00
4	Rp217,800,000.00	Rp117,720,000.00	Rp100,080,000.00	Rp10,008,000.00	Rp90,072,000.00	Rp5,250,000.00	Rp95,322,000.00

Perhitungan penyusutan yang dilakukan oleh café cozy shisha adalah metode garis lurus dimana metode ini mengasumsikan bahwa beban penyusutan setiap periode adalah sama. Berikut adalah perhitungan penyusutan untuk café cozy shisha.

Tabel 4.10 Tabel Penyusutan

Item Penyusutan	Biaya
	Rp. 8.000.000
	Rp. 3.000.000
	Rp. 10.000.000
	Rp. 21.000.000

Penyusutan Per tahun:  $\frac{Rp. 21.000.000}{4} = Rp. 5.250.000$

1. Net Present Value

Net Present Value

Tabel 11 Tabel NPV

Tahun	cashflow	DF 10%	PV
1	Rp30,036,000.00	0.909	Rp27,305,454.55
2	Rp54,842,700.00	0.826	Rp45,300,070.20
3	Rp63,046,200.00	0.751	Rp47,347,696.20
4	Rp95,322,000.00	0.683	Rp65,104,926.00
Total			Rp185,058,146.95

= Total PV – Investasi  
 = Rp. 185,058,146.95 – Rp 49,200,000  
 = Rp. 135,858,146.95

1. Rate of Return

Rata-rata EAT :

=  $\frac{24.786.000 + 49.592.700 + 57.796.200 + 90.072.000}{4}$

=Rp. 55,561,725

Average Rate of Return =  $\frac{\text{Rata-rata EAT} \times 100\%}{\text{Investasi Awal}}$

=  $\frac{Rp. 55.561.725 \times 100}{Rp. 49.200.000}$   
 = 112%

3. Benefit Cost Ratio (BCR) / Profitability Index

$\frac{\Sigma \text{ Present Value}}{\text{Investasi}} = \frac{Rp. 185.058.146.95}{Rp. 49.200.000}$

= 3,76

4. Payback Period

Tabel 12 Tabel Payback Period

Tahun	Net Cash Flow	Initial Investment
0	-	49,200,000.00
1	30,036,000.00	19,164,000.00
2	54,842,700.00	0
3	63,046,200.00	-
4	95,322,000.00	-

Tabel 4.12 Tabel Payback Period

$$\text{Payback Period} = 1 \text{ tahun} + \left[ \frac{\text{Rp. } 19.164.000 \times 12}{\text{Rp. } 54.842.000} \right]$$

$$= 1 \text{ Tahun} + 4 \text{ Bulan}$$

Dengan perhitungan tersebut maka *Payback periode* untuk Café cozy shisha ini adalah 1 tahun 4 Bulan

**SIMPULAN**

Dari aspek legalitas badan hukum pengembangan café tidak ada masalah: (1) analisis kelayakan pasar yang berada dinilai 4,20 dan dalam range analisis kelayakan point tersebut berada posisi Layak; (2) dari aspek keuangan adalah sebagai berikut: nilai NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp. 61.734.065,86 dimana nominal tersebut Positif dan layak untuk dijalankan. Nilai *rate of return* yang berada dia angka 51% dimana nilai tersebut lebih besar dari suku bunga peminjaman yang ditentukan yaitu 10% berarti layak untuk dijalankan. Nilai *benefit cost ratio* atau *profitability index* café cozy shisha ialah sebesar 2,25 dan layak untuk dijalankan. Dan Nilai *payback periode* yang berada pada jangka waktu 1 tahun 7 Bulan lebih cepat dari rencana investasi 5 tahun. Terkait dengan hasil kesimpulan penelitian penulis, maka saran dari penulis untuk Cafe Cozy Shisha ini adalah dijalankan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, Z. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Aisyah, W. U., Salim, F., & Sofyan, M. (2019). The Influence of Service Quality and Price on the Interest of Commuterline KRL Passengers. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 13-18. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/29/29>
- Amelia, S., Salamah, H., & Sofyan, M. (2019). Effect of Marketing Strategy and Service Quality Against the Decisions of Parents. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 31-37. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/31/31>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Bina Aksara.

- Cantika, Y. S. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UMM Press.
- Fathoni, A. (2009). *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Marwansyah. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta: Bandung.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Rulandari, N. (2017). The Effect of Supervision and Professionalism on Staff Performance at The Office of Social Affairs In East Jakarta Administrative City. 7(2), 184-192. Retrieved from [https://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_7\\_No\\_2\\_February\\_2017/25.pdf](https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_7_No_2_February_2017/25.pdf)
- Septya, P. R., Taufik, P. A., & Yusuf, Z. (2019). The Effect of Service Quality and Marketing Programs on Third Party Funds. 1(1), 8-12. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/28/28>
- Setiawan, N., Wakhyuni, E., & Siregar, N. A. (2020). Recruitment Analysis on Employee Performance With Variable Control As Moderating On Manufacturing Company. *Ilomata International Journal of Management*, 102-111. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/69/70>
- Singarimbun, M., & effendi, S. (2005). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Pustaka LPJES.
- Sofyan, M. (2019). Community Satisfaction of the Urban Flood Control System Improvement Project (UFCSI). *Ilomata International Journal of Social Science*, 1(1), 29-34. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijss/article/view/36/35>