

## ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN CABANG KANTOR BARU (Studi Kasus pada PT.YUDORI Jaya Mandiri di Kota Solo)

<sup>1</sup>Eddi Indro Asmoro, <sup>2</sup>Nanang Susanto,

<sup>1,2</sup>*Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, UNISBANK Semarang  
asmoroie@edu.unisbank.ac.id  
nanangsusanto1995@gmail.com*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kelayakan pembukaan kantor cabang baru di kota Solo dari PT. YUDORI Jaya Mandiri. Penelitian dilakukan dengan memfokuskan survei tempat dan peminatan masyarakat, SDM dan analisis peluang kelayakan investasi dengan menggunakan data perusahaan secara historikal.

Metode yang digunakan untuk menganalisis aspek kelayakan peluang usaha dengan SWOT dan memprediksikan nilai pengembalian investasi dengan pertimbangan nilai BEP dan pengukuran *Payback period* berdasarkan syarat-syarat yang diajukan oleh pimpinan manajemen

Hasil dari penelitian ini adalah layak untuk membuka cabang baru di Solo, namun ada catatan primer dalam penanganan SDM, yaitu kurangnya tenaga binaan. Secara finansial sangat memungkinkan karena berdasarkan pengukuran *Payback Period* nilai BEP akan kembali dalam 16 bulan.

**Kata Kunci :** SWOT, BEP, *Payback Period*, Data Historikal

### Abstract

*The purpose of this study was to analyze the feasibility of opening a new branch office in Solo from PT. YUDORI Jaya Mandiri. The research was conducted by focusing on site surveys and community specializations, human resources and analysis of investment feasibility opportunities using historical company data.*

*The method used to analyze the feasibility aspect of a business opportunity with SWOT and predict the return on investment by considering the BEP value and measuring the Payback period based on the requirements proposed by the management leadership*

*The results of this study are feasible to open a new branch in Solo, but there is a primary note in the handling of human resources, namely the lack of trained personnel. It is financially possible because based on the Payback Period measurement, the BEP value will return in 16 months.*

**Keywords :** SWOT, BEP, *Payback Period*, Historical Data

## I. PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis atau bisa dikatakan sebagai salah satu kegiatan yang mempelajari tentang sebuah kegiatan yang akan dijalankannya secara mendalam, untuk menentukan kelayakannya dari suatu bisnis (Yanuar, 2016). Beberapa ahli seperti Jurningham (2009) juga mendefinisikan bahwa studi kelayakan bisnis juga dapat di artikan sebagai sebuah kegiatan tentang suatu bisnis atau usaha yang akan dijalankan baik dalam rangka layak atau tidaknya usaha tersebut (dalam Rinofah dan Kurniawan, 2016). Bahkan menurut pendapat Ibrahim (2003) bahwa studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan apakah menerima atau menolak dari gagasan usaha yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan memberikan manfaat (dalam Santoso, 2014). Peneliti disini lebih menggunakan pemahaman tentang studi kelayakan bisnis adalah analisis secara mendalam tentang kelayakan sebagai bahan pertimbangan keputusan dalam nilai keuntungan dengan segala fasilitas yang tersediakan.

PT. YUDORI Mandiri berencana akan membuka kantor cabang baru di kota Solo, Kota Solo merupakan target pengembangan baru oleh pimpinan manajemen. Gambaran mengenai tenagaSDM yang dimiliki, nilai peluang dalam berbagai aspek, dari pihak pimpinan manajemen menginginkan ada kejelasannya bila dalam pengembangan cabang baru di kota Solo akan diterapkan. Pimpinan manajemen meminta staff khususnya untuk mempertimbangkan matang-matang tentang nilai investasi yang akan dikeluarkan sebagai pengembangan usahanya. Harapannya kantor cabang di Solo memiliki staff dan karyawan sebanyak 40 orang, yang terdiri dari direktur hingga *sales* dan *office boy*. Jam kerja perusahaan dimulai dari hari senin hingga jumat pukul 08.00 hingga 16.00. Jam kerja berlaku untuk staff kantor, *sales*, *office boy* sampai kolektor. Kesempatan yang ditawarkan dari pimpinan manajemen adalah waktu 4 tahun harus dapat berdiri mandiri untuk pembukaan kantor cabang di kota Solo tersebut. Berdasarkan pada data penjualan barang-barangnya yang sudah terjual di pasaran, memang dapat dilihat bahwa data empiris dari penjualan meningkat signifikan. Peningkatan penjualan dimulai pada bulan Oktober 2017sampai sekarang, peningkatan penjualan sangat significant dikarenakan kualitas dan harga barangnya berani bersaing di pasaran.

Untuk mengetahui layak atau tidaknya maka perlu dilakukan kajian dalam penilaian dari aspek-aspek yang mendukung layak atau tidak layaknya perencanaan tersebut. Aspek-aspek tersebut meliputi aspek pasar, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi, aspek hukum, serta aspek manfaat bagi pertumbuhan perekonomian. Perkiraan keberhasilan harus dapat ditafsirkan sesuai dengan pihak yang menjalankan tujuan bisnis. PT. Yudori Jaya Mandiri bergerak dalam distributor dan penjualan langsung peralatan rumah tangga *exclusive* dan *modern* yang mengedepankan kualitas produk. Pengembangan jaringan di pulau Jawa, meliputi Semarang sebagai sentral, Yogyakarta dan Solo sebagai arah pengembangannya.

## **II. TELAAH PUSTAKA**

### **2.1. Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut pendapat dari Ibrahim dalam Gumelar, (2011) bahwa studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek (dalam Purnamasari dan Hendrawan, 2013). Hal itu sesuai dengan pengharapan pimpinan manajemen PT. YUDORI Jaya Mandiri, bahkan bila dikaitkan dengan pemahaman menurut Umar (2005) bahwa lebih menyesuaikan dengan waktu yang diberikan dari pimpinan manajemen yaitu 4 tahun, dimana studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (dalam Afiyah, dkk. 2015; Suliyanto dan Umar dalam Nurjanah, 2013). Menurut pendapat dari Choliq, H.R.A., dkk. (1999) bahwa kelayakan investasi adalah suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi yang berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktivitas dengan suatu harapan, dimana investasi tersebut merupakan penanaman modal (dalam Barusman, 2013). Pemahaman tentang investasi tersebut diperkuat menurut pendapat dari Kasmir dan Jakfar (2012) bahwa studi kelayakan bisnis

adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan untuk sebuah nilai benefit (dalam Nurjanah, 2013).

## **2.2. Ruang Lingkup Studi Kelayakan**

Menurut pendapat dari Thamrin dan Tantri, (2012) bahwa suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial berdasarkan aspek pemasaran, operasi, keuangan, hukum, sumber daya manusia dan lingkungan (dalam Nurjanah, 2013). Aspek Studi Kelayakan menurut Purba, (1996) bahwa studi kelayakan bisnis sangat diperlukan oleh banyak kalangan, termasuk perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengolahan (dalam Amalina, dkk., 2016). Berikut aspek-aspek dalam studi kelayakan:

### **a. Aspek Pasar**

Menurut pendapat dari Astanu, dkk., (2013) bahwa analisis Kelayakan Aspek Pasar digunakan untuk mengetahui aspek pemasaran berdasarkan analisis harga, produk dan distribusi (dalam Dwiputra, 2017). Pemasaran diterjemahkan sebagai suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang – barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Aspek pasar yang dikaji meliputi analisis internal berupa produk yang akan ditawarkan maupun aspek eksternal berupa potensi pasar dan tingkat persaingannya.

### **b. Aspek Operasi**

Evaluasi aspek ini mempelajari kebutuhan-kebutuhan teknis bisnis, seperti penentuan kapasitas produksi, jenis teknologi yang dipakai, pemakaian peralatan dan mesin, lokasi bisnis dan letak perusahaan yang paling menguntungkan. Lalu dari kesimpulannya dapat dibuat rencana jumlah biaya. Aspek operasi berfokus pada aspek-aspek teknis dalam menjalankan usahanya, termasuk dalam proses-proses yang harus dilalui dalam menghasilkan produknya.

### **a. Aspek Keuangan**

Ada tiga keputusan penting dalam manajemen keuangan sebuah perusahaan, yaitu : memperoleh dana, penggunaan dana, dan pembagian laba. Aspek keuangan berfokus pada analisis analisis sumber pembiayaan dan memprediksi arus kas di masa datang yang berujung pada tingkat keuntungan yang layak.

### **b. Aspek Hukum**

Aspek hukum dalam studi kelayakan menganalisis tentang : 1. Bentuk badan usaha yang akan dipergunakan; 2. Jaminan – jaminan yang bisa disediakan kalau akan menggunakan sumber dana berupa pinjaman. Menurut Husnan dan Suwarno, (2007) berpendapat bahwa berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan sebagainya. Aspek hukum akan menganalisis sisi legalitas usaha yang akan dijalankan (dalam Nurjanah, 2013).

### **c. Aspek SDM dan Lingkungan**

Ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan SDM yang akan dibutuhkan dan bagaimana menempatkan mereka dalam struktur usaha sedangkan aspek lingkungan akan menganalisis bagaimana dampak dari usaha tersebut terhadap lingkungan di sekitarnya.

#### **d. Pesaing dan Peluang**

##### **f.1. Pesaing**

Persaingan bisnis menjadi salah satu resiko besar yang harus dihadapi para pelaku usaha. Bagaimana tidak, minat untuk menjalankan bisnis saat ini sangat besar bahkan banyak sekali yang menjalankan bisnis di bidang yang sama. Tentu hal tersebut tidak dapat dipungkiri oleh mereka yang telah menjalankan bisnis, karena kreativitas dan inovasi juga terus berkembang. Persaingan bisnis terjadi selain karena adanya seseorang yang menjalankan bisnis di bidang yang sama dengan lainnya juga dapat disebabkan karena beberapa hal. Seperti, ketidakmampuan pelaku bisnis untuk menciptakan produk atau jasa yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen.

Seorang pesaing dapat muncul karena ia menemukan celah untuk masuk, menciptakan produk atau jasa yang lebih unggul dari yang sudah ada sebelumnya dan tentunya lebih memenuhi kebutuhan konsumen. Mengingat dalam hal berbisnis saat ini konsumen memegang kekuasaan yang cukup tinggi sehingga banyak pelaku bisnis berlomba-lomba untuk tetap menarik perhatian konsumen agar tidak berpaling. Persaingan bisnis pada intinya disebabkan oleh kesalahan strategi yang mana kesalahan tersebut dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lainnya sebagai peluang yang mampu mencuri perhatian konsumen. Akan tetapi, diluar itu semua persaingan menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis dan pelaku bisnis pun sudah sadar penuh akan resiko tersebut.

##### **f.2. Peluang**

Sebelum memulai sebuah usaha, sebuah analisis peluang usaha sangat diperlukan. Tujuan dari analisis peluang usaha ini adalah untuk mendukung kesuksesan sebuah bisnis di masa mendatang. Pasalnya, di awal usaha tidak sedikit wirausaha yang mengalami keraguan, ketika harus mendefinisikan produk atau jasa yang hendak dijual. Analisis peluang usaha ini terkait erat dengan strategi perusahaan dan ide bisnis yang baru. Ini disebabkan analisis peluang usaha sangat berguna untuk menyusun strategi perusahaan, penjualan, hingga membuat ide bisnis baru. Pasalnya sebuah bisnis selalu mempunyai tujuan tertentu yang akan dicapai. Oleh karenanya, terdapat kriteria-kriteria yang perlu dipenuhi saat Anda hendak memulai bisnis baru.

Adapun tujuan dari analisi peluang usaha ini adalah sebagai berikut :

- a. Mencegah kerugian atau kebangkrutan
- b. Mengetahui produk yang dibutuhkan oleh pasar
- c. Mengetahui minat konsumen akan produk yang ditawarkan
- d. Mengetahui rugi laba ketika bisnis
- e. Menetapkan teknik pemasaran yang tepat
- f. Mengetahui berapa lama usaha dapat berjalan
- g. Mengetahui jika usaha memang layak dijalankan
- h. Mengetahui persaingan yang terjadi di pasar

#### **2.3. Analisis SWOT**

Menurut pendapat dari Bastian, (2006) bahwa perencanaan adalah suatu proses yang tidak pernah berakhir, apabila sebuah rencana telah ditetapkan maka dokumen menyangkut perencanaan terikat harus diimplementasikan (dalam Luntungan dan Tawas, 2019). Hal tersebut dipertegas dengan pendapat dari Rangkuti, (2006) bahwa SWOT adalah singkatan dari internal *strength* dan

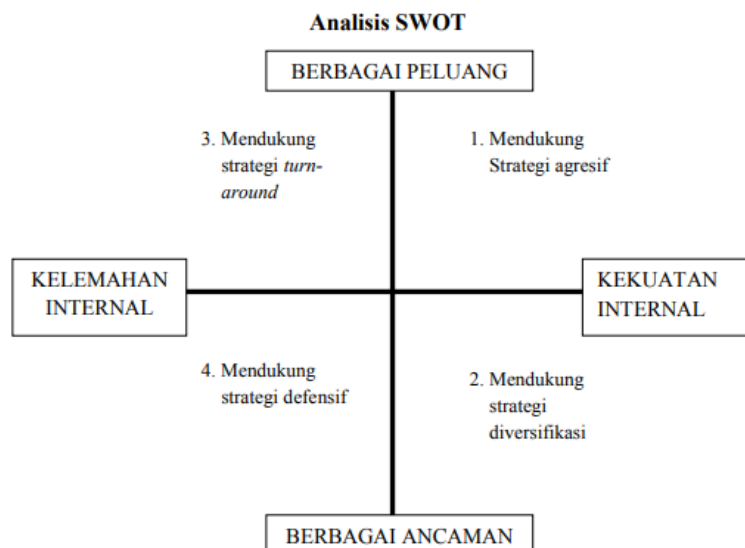
*weakness* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) (dalam Rahmayanti, 2015). Mengenai peluang pasar lebih baik menggunakan pemahaman dari Kotler, (2000); bahwa SWOT adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat di peroleh seberapa besar peluang merebut pasar dan seberapa ancaman yang akan di hadapi, evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman disebut analisis SWOT (dalam Kusbandono, 2019). Penjelasan dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal;

a. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman )

Unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran eksternal dan internal. Peluang pemasaran (marketing opportunity) adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, di mana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan. Ancaman lingkungan (environmental threats) adalah tantangan yang ditempatkan oleh tren atau perkembangan yang tidak disukai yang akan menghasilkan penurunan atau laba akibat tidak adanya tindakan pemasaran defensif.

a. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strngths*) dan Kelemahan (*weakness*).



Gambar 1. Analisis SWOT

**Kuadran 1:** Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan . Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kuadran 2:** Meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar)

**Kuadran 3:** Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi beberapa kendala /kelemahan internal.

**Kuadran 4:** Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

#### **2.4. Pemasaran**

Menurut pendapat dari Nurmalia, dkk (2014) bahwa konsep pemasaran menekankan proses penjualan dari produsen kepada konsumen. Tujuan sistem ini mencari laba dan keuntungan, di mana pencapaiannya menggunakan sistem bauran mengklarifikasikan *marketing mix* atas *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (dalam Handjojo, dkk, 2017).

##### **a. Product**

Terdapat berbagai jenis produk alat-alat masak modern yang cocok untuk keluarga di era milenial seperti sekarang ini. Alat-alat masak yang multifungsi yang akan memudahkan dalam membuat hidangan atau masakan dengan yang lebih praktis dan waktu yang lebih singkat.

##### **b. Price**

Harga merupakan unsur dalam bauran pemasaran yang menentukan profitabilitas dan sebagai sinyal penentuan proporsi nilai suatu produk.

##### **c. Place**

Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang tempat. Aspek-aspek tersebut adalah sistem transportasi, penyimpanan, dan distribusi. Kantor berfungsi sebagai tempat untuk sistem transportasi dan distribusi, sedangkan tempat penyimpanan berfungsi untuk menyimpan produk saat menunggu proses distribusi.

##### **a. Promotion**

Promosi adalah cara untuk menginformasikan, mempublikasikan, dan metode pengingat konsumen secara langsung ataupun tidak langsung tentang suatu produk yang dijual.

#### **2.5. Investasi dan Cash Flow**

Setiap investasi pastilah mengandung resiko kegagalan, untuk meminimalisir kerugian penmgendalian usaha yang akan dilaksanakan sudah selayaknya dalam membuka usaha hary mengetahui kelayakn tiap-tiap aspek tersebut agar tujuan investasinya tidak gagal. Adapun bebrapa metode yang digunakan adalah :

##### **a. Payback Period**

*Payback period* adalah jangka waktu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan (cash inflows) secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Secara singkat formula untuk menghitung PP yaitu :

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih}} \times 12 \text{ bulan}$$

##### **b. NPV (Net Present Value)**

NPV atau nilai sekarang bersih adalah analisi manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur layak tidaknya suatu usaha dilaksanakan di lihat dari nilai

sekarang (present value) arus kas bersih yang akan diterima dibandingkan dengan nilai sekarang dari jumlah investasi yang dikeluarkan.

$$NPV = -C_0 + \frac{C_1}{(1+i)} + \frac{C_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{C_n}{(1+i)^n}$$

Di mana :

$C_0$  = initial investment ( Biaya investasi awal )

$C_1$  = Arus kas investasi pada tahun pertama

$C_n$  = Arus kas investasi pada tahun ke -n

$i$  = Discount factor (m Tingkat suku bunga )

### c. **IRR (Internal Rate of Return)**

Dasar pemikiran dari metode IRR adalah memberikan satu angka yang menyimpulkan manfaat dari suatu bisnis. Angka yang dihasilkan tidak bergantung pada tingkat suku bunga yang merujuk pada pasar modal. Secara umum, peraturan investasi menyebutkan menerima proyek apabila IRR lebih besar dari tingkat diskon dan menolak proyek apabila IRR lebih kecil dari tingkat diskon. Karena dengan IRR yang lebih besar dari tingkat diskon berarti proyek akan memberikan NPV positif. Dengan melakukan perhitungan IRR maka dapat dilakukan pemeringkatan atas beberapa pilihan proyek yang dapat memberikan nilai IRR terbesar. Perhitungan IRR ditempuh melalui metode interpolasi.

Perhitungan IRR dengan cara interpolasi :

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

Indikator IRR

- Jika  $IRR > DF$  ( Discount rate yang berlaku ) maka proyek layak untuk dilaksanakan
- Jika  $IRR < DF$  (Discount rate yang berlaku) maka proyek tidak untuk dilaksanakan.

## **III. METODE PENELITIAN**

### **2.1. Studi Pustaka dan Lieratur**

Studi literatur yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa buku-buku, arsip, majalah, artikel, dan jurnal, atau dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Selanjutnya memastikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pemecahan masalahnya. Studi Pustaka sangat berguna dalam penelitian karena dapat bermanfaat sebagai landasan logika berfikir dalam penyelesaian masalah secara ilmiah.

### **2.2. Survey atau Interview**

Dilakukan untuk mencari sumber data dengan terjun langsung di lapangan melakukan penelitian dan mengumpulkan data.

### **2.3. Hasil Survey dan Alat Analisi untuk Pesaing Bisnis**

Berupa kumpulan data yang dihasilkan setelah melakukan survei lokasi selama beberapa waktu, waktu ini tergantung kecukupan data yang terkumpulkan.

### **2.4. Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Langkah yang pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan beberapa data dari hasil penelitian dan selanjutnya diolah dengan metode-metode yang akan digunakan.

## 2.5. Analisa dan Pembahasan

Analisis ini dilakukan terhadap hasil penelitian berupa analisis SWOT dan menghitung investasi untuk pengembalian modal yang akan dilakukan untuk menentukan kelayakan.

## 2.6. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan yang berisi butir-butir penting dalam penelitian ini. Kesimpulan merupakan perumusan dari tahap analisis sebelumnya. Saran-saran yang diberikan berguna untuk perbaikan penelitian dan pemberian saran pada pihak perusahaan untuk menggambarkan nilai-nilai yang mungkin.

## IV. DATA, HASIL, DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data langsung dari pihak manajemen perusahaan dan membuat data asumsi yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembukaan kantor cabang baru di kota Solo.

Data Analisa SWOT dari PT. YUDORI Jaya Mandiri setelah melakukan survey lapangan dalam Tabel 1.

**Tabel 1.** Data hasil SWOT dari PT. YUDORI Jaya Mandiri Tahun 2019

No	Faktor-Faktor		Bobot	Rating	Skor		
1	Internal	a. Kekuatan ( <i>Strenght</i> )					
		Produk memiliki kekuatan baik	0.20	4	0.80		
		Produksesuai standar mutu ekspor	0.15	3	0.45		
		Luasnya jaringan pemasaran	0.20	4	0.80		
		Tingkat kepercayaan tinggi dari konsumen	0.15	3	0.45		
			Manajemen dan pengelolaan SDM yang baik	0.10	2	0.20	
			b. Kelemahan ( <i>Weakness</i> )				
			Kurangnya tenaga gudang	0.10	2	0.20	
			Marketing binaan yang kurang	0.10	2	0.20	
			Jumlah	1.00		3.00	
2	Eksternal	a. Peluang ( <i>Opportunity</i> )	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>		
		Permintaan pasar baik	0.15	3	0.45		
		Proses distribusi yang mudah	0.10	2	0.20		
		Produk digemari konsumen	0.15	3	0.45		
		Luasnya jaringan dengan pihak terkait	0.15	3	0.45		
		Pesaing dengan produk yang berkualitas	0.15	3	0.45		
		Tersedianya tenaga kerja	0.10	2	0.20		
				c. Ancaman ( <i>Threat</i> )			
				Pesaing dari ar daerah	0.10	2	0.20
				Perubahan aturan pemerintah	0.10	2	0.20
		Jumlah	1.00		2.60		

Sumber: PT. YUDORI Jaya Mandiri

Berdasarkan data penjualan produk PT.YUDORI Jaya Mandiri yang mengalami peningkatan sejak tahun 2017 sampai sekarang. Peningkatan penjualan produk PT. YUDORI Jaya Mandiri adalah penjualan keseluruhan dari kota Semarang dan Yogyakarta. Hasil rerata dari masing-masing kota tersebut hamper sama, sehingga digunakan dasar data pengukuran untuk pengembangan di kota Solo seperti diterangkan pada Tabel 2.



**Tabel 2.** Data hasil penjualan PT. YUDORI Jaya Mandiri dalam 3 bulan terakhir Tahun 2019

No	Jenis barang	Harga (Rp)	Data terjual Dalam 3 bulan			Jumlah (Rp)
			Oktober	November	Desember	
1	Chooper	965.000	50 pcs	40 pcs	65 pcs	149.575.000
2	Oven	1.400.000	35 pcs	30 pcs	35 pcs	140.000.000
3	Presto	680.000	40 pcs	40 pcs	50 pcs	88.400.000
4	Panci semi presto	450.000	25 pcs	30 pcs	35 pcs	40.500.000
5	Alat pemanggang	375.000	35 pcs	30 pcs	40 pcs	39.375.000
6	Wok pan	255.000	50 pcs	45 pcs	45 pcs	35.700.000
7	Stir wok	395.000	55 pcs	60 pcs	60 pcs	69.125.000
8	Kompor gas	350.000	30 pcs	30 pcs	35 pcs	33.250.000
9	Mixer	580.000	40 pcs	35 pcs	55 pcs	75.400.000
10	Teflon	210.000	60 pcs	50 pcs	55 pcs	34.650.000
11	Blender	315.000	55 pcs	60 pcs	55 pcs	53.550.000
12	Alat kukusan	195.000	45 pcs	45 pcs	40 pcs	25.350.000
13	Penjepit makanan	120.000	70 pcs	70 pcs	70 pcs	25.200.000
14	Pisau sayur	85.000	100 pcs	95 pcs	95 pcs	24.650.000
15	Pisau daging	155.000	80 pcs	90 pcs	95 pcs	41.075.000
16	Pemanas air	160.000	40 pcs	45 pcs	40 pcs	20.000.000
<b>Total</b>						<b>895.800.000</b>

Sumber : PT. YUDORI Jaya Mandiri 2019

Data Kebutuhan Pembukaan Kantor Cabang Baru

**Tabel 3.** Data biaya transportasi pengiriman barang di kantor cabang baru

No	Supply	Demand	Jumlah (Rp)
1	Cina	Solo	12.000.000
2	Jakarta	Solo	2.500.000
<b>Total</b>			<b>14.500.000</b>

Sumber PT.YUDORI Jaya Mandiri 2019

Biaya pengiriman barang dari Cina ke Solo dalah Rp 12.000.000 sedangkan pengiriman dari Jakarta ke Solo adalah Rp.2.500.000, pengiriman dari Cina ke Indonesia lewat jalur laut dengan menggunakan kapal setelah sampai di Indoneia dilanjutkan dengan menggunakan armada truk besar.

**Tabel 4.** Kebutuhan Pembukaan Kantor Cabang Baru PT. YUDORI Jaya Mandiri

No	Kebutuhan	Biaya (Rp)
1	Sewa Rumah per bulan	50.000.000
2	Investasi kelengkapan kantor	20.000.000
3	Mobil 2 unit	160.000.000
4	Operasional mencari kantor	8.000.000
5	Biaya listrik per bulan	2.500.000
6	Biaya telpon per bulan	1.500.000
7	Biaya air per bulan	2.000.000
8	Sumbangan RT/RW	5.000.000
9	Biaya pembelian barang	265.000.000
10	Soft opening	4.500.000
11	Transportasi barang	14.500.000
<b>Total</b>		<b>468.500.000</b>

Sumber : Hasil Survei di Kota Solo 2020

**Tabel 5.** Data Kebutuhan Tenaga Kerja Kantor Cabang Baru di Kota Solo

No	Nama Jabatan	Jumlah	Gaji per bulan (Rp)
1	Branch manager	1	5.000.000
2	Administrasi	2	2.500.000
3	Marketing	10	2.500.000
4	Kolektor	5	2.000.000
5	Driver	4	2.000.000
6	Gudang /Officeboy	10	1.800.000
Total		32	71.000.000

Sumber : Kebutuhan Tim Pekerja Kantor Cabang Baru di Kota Solo

#### 4.2. Pengolahan Data

##### a. Hasil SWOT PT.YUDORI JAYA MANDIRI

Berdasarkan dari data hasil analisis SWOT dari PT. YUDORI Jaya Mandiri tersebut dapat disimpulkan bahwa : Layak untuk melakukan pengembangan usaha pembukaan kantor cabang baru, dikarenakan berani bersaing di pasar dengan posisi analisa SWOT sebagai berikut. Berdasarkan dari hasil SWOT diketahui bahwa skor adalah : Faktor internal 3,00 dan Faktor eksternal 2,60 berarti apabila nilai rata-rata lebih besar dari titik pembagi yaitu 2,50 maka dikategorikan sebagai kekuatan dan peluang bagi perusahaan dan sebaliknya apabila nilai rata-rata lebih kecil dari,atau sama dengan titik pembagi yaitu 2,50, maka dikategorikan sebagai kelemahan dan acaman bagi perusahaan.

##### b. Menentukan BEP (*Break Event Point*)

Penentuan BEP untuk pembukaan kantor cabang baru di kota Solo PT. YUDORI Jaya Mandiri menggunakan dasar keputusan manajemen sentral yang berada di kota Semarang. Dimana menggunakan asumsi hasil penjualan data 3 bulan sebelumnya pada tahun 2019. Karena pembukaan kantor cabang baru harus memprediksikan barang yang terjual.

1. Data penjualan selama 3 bulan 2019 adalah Rp 895.800.000 ÷ 3 bulan = Rp 298.600.000/bulan
2. Kebutuhan perbulan PT YUDORI JAYA MANDIRI

**Tabel 6.** Data Biaya Kebutuhan Kantor Baru

No	Biaya kebutuhan di kantor kota Solo	Dalam Rp	Jumlah (Rp)
1	Sewa dan fasilitas	468.500.000	539.500.000
2	Tenaga kerja	71.000.000	

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= (\text{biaya tetap harga jual} - h) \times \text{harga jual} \\ &= (539.500.000 - 298.600.000) \times 298.600.000 \\ &= 4.794.485.000 \end{aligned}$$

Jadi BEP akan terjadi setelah hasil penjualan Rp 4.794.485.000

Keterangan :

- Biaya tetap di sini adalah biaya kebutuhan yang sudah pasti dikeluarkan setiap bulannya, yaitu biaya sewa fasilitas dijumlahkan dengan biaya kebutuhan gaji tenaga kerja 465.500.000 + 71.000.000 = 539.500.000
- Harga jual di sini menggunakan dari hasil data penjualan yang dirata-rata perbulan 895.800.000 ÷ 3 = 298.600.000
- Harga beli di sini menggunakan hasil dari data asumsi pembelian persediaan barang untuk kantor cabang baru.

##### c. Menentukan *Payback Period*

$$\begin{aligned} &\text{investasi awal arus kas} \times 1 \text{ bulan} \\ &= 539.500.000 - 33.600.000 \times 1 = 16 \text{ bulan} \end{aligned}$$

Keterangan :

- . • Investasi awal di sini merupakan total keseluruhan biaya kebutuhan
- . • Arus kas didapatkan hasil dari harga penjualan barang dikurangi harga pembelian barang

Jadi perhitungan di atas dapat diketahui dalam 16 bulan PT. YUDORI Jaya Mandiri dapat mengembalikan modal awal yang telah dikeluarkan. dan usulan investasi ini dapat di terima karena waktu 16 bulan merupakan waktu yang cukup singkat untuk pengembalian modal.

#### **d. Menentukan Kelayakan Pembukaan Cabang Kantor Baru Dengan Metode SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk melihat potensi suatu perusahaan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu perusahaan untuk mngembangkan usaha dengan membuka kantor cabang baru. Dengan analisis swot kita dapat mengetahui faktor – faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan dan faktor ksternal yaitu peluang dan ancaman untuk perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Tabel di bawah adalah hasil analisis SWOT dari PT. YUDORI Jaya Mandiri.

**Tabel 7.** Pembahasan Analisis SWOT PT. YUDORI Jaya Mandiri

<b>Kekuatan (Strenght)</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>	<b>Peluang (Opportunity)</b>	<b>Ancaman (Threath)</b>
Pasar : mempunyai jaringan pemasaran yang luas	Sumber daya manusia : rata- rata bagian marketing mengajari muli dari nol	Pertumbuhan daerah : kota Solo tumbuh sebesar 8,5% setiap setahun.	Masalah sesaat pembukaan : mencari konsumen baru
Keunggulan : produk kualitas ekspor yang baik		Target pertumbuhan pasar : permintaan di pasar yang terus meningkat	
Pengelolaan : ketrampilan manajemen yang cukup baik			

Sumber : Olah Data Primer

#### **e. Menentukan Identifikasi Penjualan Kelayakan Pembukaan Cabang Kantor Dengan Data Historikal**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat disimpulkan PT. YUDORI JAYA MANDIRI layak membuka cabang baru di kota Solo yang dapat dibuktikan dengan menggunakan 3 metode penilaian yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT kekuatan dan peluang perusahaan lebih besar daripada kelemahan dan ancaman.
2. BEP ( Break Event Point ) ,Break Event Point pada perusahaan akan terjadi setelah hasil penjualan mencapai Rp. 4.794.485.000, baru selanjutnya perusahaan akan memperoleh keuntungan.
3. Payback Period , PT. Yudori Jaya Mandiri bisa mengembalikan modalnya dalam kurun waktu 16 bulan ( 1 tahun 4 bulan ).

Dalam memilih atau menentukan investasi harus dilakukan secara teliti dan berhati–hati. Hal ini dilakukan untuk menghindari kerugian atau hal yang tidak diinginkan perusahaan. Menggunakan metode analisis SWOT, BEP dan BP untuk melakukan penyelesaian perhitungan kelayakan pembukaan cabang kantor baru.

Dapat disimpulkan bahwa dengan modal investasi Rp. 468.500.000 ditambah dengan biaya-biaya lainnya ,dan dengan pengembalian modal dalam kurun waktu 16 bulan (1 tahun 4 bulan ) maka PT. Yudori Jaya Mandiri layak untuk membuka kantor cabang baru di kota Solo dan Surakarta.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dalam segi aspek finansial penghitungan investasi PT. Yudori layak untuk membuka cabang kantor baru, namun dalam segi aspek SDM masih kurang layak karena belum mempunyai binaan.
2. Berdasarkan dari pengolahan data Pay BackPeriod perusahaan adalah 16 bulan dapat di katakan layak karena 16 bulan erupakan kurun waktu yang dibilang singkat, namun untuk analisis SWOT factor internal yang mempunyai kelemahan sehingga membuat perusahaan kurang layak untuk membuka cabang bar

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil analisa dan kesimpulan pada penelitian ini adalah :

1. PT. YUDORI JAYA MANDIRI lebih memperhatikan lagi aspek aspek studi kelayakan dalam pembukaan cabang baru di luar kota agar terciptanya keseimbangan antara perusahaan di kota Semarang dan cabang baru di kota Solo.
2. Untuk menangani masalah permintaan pasar yang terjadi di kota Solo dapat dilakukan perhitungan kelayakan investasi untuk menghindari pembengkakan biaya yang tidak diinginkan sehingga mengalami kerugian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afiyah, A.,Saifi, M., Dwiatmanto (2015),**”*Analisis studi Kelayakan Home Industry*”,JAB.23(1):1-11.
- Amalina, N., Kusnandar, Sundari, T.M. (2016),**”*Studi Kelayakan Usaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten madiun*”,  
AGRISTA.4(3):125-134.
- Barusman, P.R.A. (2013),** “*Analisis Studi Kelayakan Pada Waralaba Exelco di Bandar Lampung*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis.4(1):43-65.
- Dwiputa, A.G. (2017),**”*Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah akan Krebo Jantan.*”, Jurnal Sistem Manajemen Industri.1(2):85-90.
- Fitriani, N.I.,Sudono, A.,Handyastuti, I. (2018),** “*Studi Kelayakan Bisnis Bakso Lotus Jembar*”, Jurnal Gastronomi Wisata.5(1):1-11.
- Hardjojo, S.E.,Syarief, R.,Sugiyono. (2017),**”*Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua*”, Manajemen IKM.12(2):145-150.
- Purnamasari, D.,Hendrawan, B. (2013),** “*Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam*”, Jurnal Akuntansi,Ekonomi dan Manajemen Bisnis.3(1):83-87.
- Luntungan, A.G.W.,Tawas, N.H. (2019),** “*Strategi Peasaran Bambuden Boulevard Manado*”, Jurnal EMBA.7(4):5495-5504.
- Nurjanah, S. (2013),** “*Studin Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT. Dagang Jaya Jakarta.*”, Journal The Winners.14(1):20-28.

- Rahmayanti, H.M. (2015)**, “*Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan Kalimantan Timur.*”, Jurnal Galung Tropika.4(1):60-67.
- Rinofah, R.,Kurniawan, S.IGN. (2016)**, “*Analisis Kelayakan Usaha Warung “Burjo”*”. IKB.19(10):1-11.
- Santoso, D.S. (2014)**, “*Kelayakan Usaha Pembukaan Caang Toko Cat Aneka Ragam.*”, JRB.9(2):159-170.