

PERANCANGAN BISNIS DAN KELAYAKAN PEMBUKAAN TOKO DISPLAY PADA WORKSHOP ARTI FURNITURE

Kinanthi Parasdy Sista¹; Sinta Aryani^{2*}; Rio Aurachman³

Universitas Telkom, Bandung^{1,2*,3}

Email : kinanthips@student.telkomuniversity.ac.id¹; sintatelu@telkomuniversity.ac.id^{2*};
rioaurachman@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Furnitur merupakan perlengkapan rumah seperti kursi, meja, dan lemari. ARTI FURNITURE berlokasi di Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang bergerak dalam bidang jasa pembuatan furnitur. ARTI FURNITURE memiliki masalah yang terjadi berupa minimnya penjualan produk sehingga tidak tercapainya target penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi dengan melakukan perancangan kelayakan bisnis terhadap pembukaan toko display produk sehingga penjualan produk memenuhi target. Langkah yang dilakukan pada penelitian ini berupa perencanaan pada aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Berdasarkan hasil perhitungan perancangan kelayakan, didapatkan nilai NPV>0 yaitu sebesar Rp8.730.552, nilai IRR>MARR yaitu nilai IRR sebesar 15.48% lebih besar dari nilai MARR sebesar 13.90%, dan nilai PBP selama 4,68 tahun dibawah umur investasi yaitu 5 tahun. Berdasarkan ketiga indikator kelayakan, dapat disimpulkan bahwa usulan pembukaan toko display ARTI FURNITURE layak untuk dijalankan.

Kata kunci : Perancangan Kelayakan Bisnis; Aspek Pasar; Aspek Finansial; Aspek Teknis

ABSTRACT

Furniture is home appliances such as chairs, tables, and cabinets. ARTI FURNITURE is located in Bojongsoang, Bandung Regency, West Java which is engaged in furniture making services. ARTI FURNITURE has a problem that occurs in the form of lack of product sales so that sales do not reach the sales target. This study aims to provide solutions by designing business feasibility for the opening of product display stores so that product sales meet the target. The steps taken in this study are in the form of planning on market aspects, technical aspects, and financial aspects. Based on the results of the feasibility design calculation, the NPV>0 value was obtained, which was IDR 8,730,552, the IRR>MARR value, namely the IRR value of 15.48% greater than the MARR value of 13.90%, and the PBP value for 4.68 years under the investment age of 5 years. Based on the three feasibility indicators, it can be concluded that the proposed opening of the ARTI FURNITURE display store is feasible.

Keywords : Business Feasibility Design; Market Aspects; Financial Aspects; Technical Aspects

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Furnitur adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari (Widyarosadi, 2020) . Furnitur berasal dari bahasa Prancis yaitu

furniture dengan asal kata furnir yang memiliki arti berupa furnish atau dalam bahasa indonesia yaitu perabot rumah.

Pada Grafik 1, diketahui tahun 2019 industri furnitur mengalami pertumbuhan. Dimana triwulan 2 tahun 2019 sebesar 5,81% dan di akhir tahun 2019 menjadi 6,93%. Sedangkan industri furnitur pada tahun 2020 mengalami penurunan pertumbuhan menjadi -7.28% di triwulan 1, hal ini terjadi dikarenakan adanya krisis akibat pandemi *covid-19*. Namun pada triwulan 2 kembali mengalami peningkatan hingga tidak mengalami minus kembali di triwulan 4 2020. Triwulan 1 tahun 2021 mengalami kelonjukkan pertumbuhan menjadi 8.04%, yang mana angka ini lebih besar dari tahun 2019 sebelum terjadinya krisis. Hal ini terjadi karena masyarakat kembali membeli furnitur sehingga permintaan membaik. Sehingga, peristiwa ini memiliki peluang untuk membuka atau menjalankan kembali usaha furnitur yang sebelumnya terjadi krisis. Seperti halnya industri kecil kembali bangkit dan semakin menjamur mengikuti permintaan pasar.

Workshop ARTI FURNITURE merupakan sebuah usaha dengan produk berupa furnitur interior rumah dan interior mobil (ambulan maupun mobil toko) secara kostum. Usaha ini berada pada Kabupaten Bandung dan dapat menerima permintaan dari berbagai daerah. Workshop ARTI FURNITURE mulai beroperasi dari bulan Juli 2021. Sehingga, penjualan produk masih minim dibandingkan dengan target penjualannya.

Diketahui pada Grafik 2, penjualan produk dalam 12 bulan terakhir tidak memenuhi target yang telah ditetapkan kecuali pada periode ke lima. Selain itu, produksi furnitur mengalami naik turun dan terjadi produksi paling sedikit pada periode ke enam, sedangkan tertinggi pada periode ke sepuluh. Dengan adanya penjualan yang masih berkembang, hal tersebut merupakan salah satu masalah yang ada pada usaha ini. Pengambilan keputusan untuk melakukan investasi proyek / bisnis merupakan keputusan yang sangat berisiko, yang mana komponen dari bisnis (4C: Consumer, company, competition, change) itu sendiri mengandung unsur perubahan (change) keniscayaan mempengaruhi unsur-unsur lainnya, sehingga membuat ketidakpastian atau risiko (Hidayat, 2021) . Hal tersebut menyatakan bahwa konsumen terus mengalami perubahan, yang tidak lain membuat pasar semakin berubah.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan pada diagram *fishbone* (Gambar 1), diperlukan penentuan alternatif dan solusi. Alternatif yang dipilih pada penelitian ini

berupa potensi solusi yang memiliki akar masalah terbanyak. Sehingga alternatif yang dipilih berupa potensi solusi perancangan pembukaan toko *display*.

Tujuan Penelitian

- a. Merancang perencanaan aspek pasar pada toko *display* ARTI FURNITURE.
- b. Merancang perencanaan aspek teknis pada toko *display* ARTI FURNITURE.
- c. Merancang perencanaan aspek finansial pada toko *display* ARTI FURNITURE.

Manfaat Penelitian

- a. Dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan bagi pemilik ARTI FURNITURE dalam menentukan apakah toko *display* dapat meningkatkan penjualan produk.
- b. Menambah pengetahuan dalam bidang akademis terutama mengenai perancangan dan kelayakan bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perancangan Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan bisnis sebagai studi mengenai rencana bisnis yang menganalisis layak atau tidak layak sebuah bisnis dibangun, dan juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Asman, 2020). Perancangan kelayakan bisnis identik dengan kegiatan investasi, yang mana kelayakan bisnis dapat menilai suatu investasi itu akan layak atau tidak layak. Perancangan dapat digunakan untuk menghitung investasi apabila usaha mengalami perluasan (*expansion investment*), investasi usaha mengalami penambahan produk baru, investasi usaha mengalami penggantian mesin atau peralatan (*replacement*), dan investasi usaha yang tidak menghasilkan laba (*non-profit investment*).

Tujuan Perancangan Kelayakan Bisnis

Tujuan dari perancangan kelayakan bisnis yaitu untuk menghindari risiko kerugian, memudahkan pengendalian, memudahkan pengawasan, memudahkan perencanaan, dan memudahkan pelaksanaan pekerjaan (Kasmir & Jakfar, 2012).

Perencanaan Aspek Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual & pembeli untuk bertransaksi jual beli barang maupun jasa (Noor, 2021). Pasar memiliki karakteristik dimana adanya penjual dan calon pembeli, terdapat barang atau jasa yang diperjualbelikan, terdapat transaksi kedua belah pihak berupa permintaan dan penawaran, serta adanya interaksi

antara kedua belah pihak secara langsung maupun tidak langsung. Pasar sendiri memiliki fungsi berupa pembentuk harga produk, sarana distribusi produk, dan sarana promosi produk.

Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah aktivitas bisnis dan denyut nadi dari keberlangsungan bisnis (Aditama & Rofrudin, 2020). Pelaku bisnis perlu mengenal kebutuhan konsumen dan kebutuhan pasar, karena kebutuhan pasar terus silih berganti. Sehingga strategi bisnis perlu kreatif dan terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang di lingkungan kompetitif. Adapun model bauran dalam aspek pemasaran yaitu STP untuk membantu memfokuskan perusahaan dalam pemasaran.

STP

STP adalah sebuah alat di manajemen pemasaran yang dapat membantu perusahaan memfokuskan sumber dayanya untuk meraih tujuan organisasi mereka (Maulana & Soepatini, 2021). STP terdiri dari *Segmenting*, *Targeting*, dan *Posiotioning*. *Segmenting* merupakan pengelompokan konsumen berdasarkan kebutuhan serta keinginan terhadap suatu produk.

Marketing Mix

Marketing mix merupakan strategi dalam menganalisis perilaku konsumen dalam pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Adapun yang dianalisis pada *marketing mix* berupa 4P untuk *output* bisnis berupa jasa dan 7P untuk *output* bisnis berupa produk. 4P berisikan *price* (harga), *product* (produk yang ditawarkan), *place* (lokasi), dan *promotion* (promosi). *Marketing mix* adalah faktor-faktor yang dikuasai dan dapat digunakan oleh *marketing manager* guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya (Christine & Budiawan, 2017).

Perencanaan Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah bisnis tersebut selesai dibangun (Nurmalina, et al., 2018). Dari hasil analisis aspek teknis, dapat digunakan untuk penaksiran biaya investasi dan biaya-biaya lainnya yang berhubungan dengan operasional bisnis. Adapun yang dapat dianalisis dalam aspek teknis berupa lokasi bisnis, kriteria pemilihan mesin dan perlengkapan operasional, *layout* bisnis dalam

proses produksi, proses-proses bisnis yang dilakukan, dan analisis penggunaan peralatan pada bisnis.

Perencanaan Aspek Finansial dan Kelayakan Bisnis

Keuangan adalah salah satu fungsi dari bisnis atau usaha yang bertujuan untuk memberi keputusan untuk berinvestasi, pendanaan dan deviden (Fauzi, et al., 2019). Dalam penilaian investasi dapat melakukan berbagai metode seperti *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP), dan *Internal Rate of Return* (IRR). Metode-metode tersebut berasal dari laporan keuangan seperti laba rugi, aliran kas, dan neraca.

Moving Average

Metode *moving average* merupakan salah satu teknik untuk memprediksi nilai masa depan dengan menentukan pola dari kumpulan data. *Moving average* diperoleh dengan merata-rata permintaan berdasarkan beberapa data masa lalu yang terbaru (Alfian, et al., 2019). Tujuan dari penggunaan metode ini untuk menghilangkan atau mengurangi variasi acak permintaan dalam hubungan waktu. Selain itu, metode ini dipilih karena tepat berdasarkan data penjualan pada Grafik 2. Metode yang tepat untuk pola data stasioner adalah *moving average* (Lusiana & Yuliarty, 2020).

Double Moving Average

Suatu cara peramalan data deret waktu dengan *trend linier* adalah dengan menggunakan rata-rata bergerak ganda (*double moving average*) (Sarumaha, 2021). *Double moving average* (DMA) merupakan metode peramalan yang dikembangkan dari *single moving average* secara rata-rata dua kali. Cara kerja DMA dengan mencari nilai rata-rata dua kali tahap dengan banyaknya rata-rata disesuaikan pada orde rata-ratanya.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018). Sistematika perancangan berisi tahapan-tahapan dalam melakukan perancangan pada penelitian ini yang disajikan dalam bentuk *flowchart* pada Gambar 2.

Pada penelitian ini melakukan tahapan antara lain; tahap identifikasi masalah, tahap pengumpulan data, tahap perancangan sistem integrasi, tahap analisis data, tahap validasi dan evaluasi hasil perancangan, dan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Perencanaan Pasar

Dalam perencanaan pasar untuk memperkirakan penjualan dilakukan peramalan terhadap data historis penjualan. Peramalan dilakukan dengan metode *moving average* dengan metode terpilih berupa *Double Moving Average 2X3* yang sebelumnya dilakukan perbandingan MSE antara metode-metode pada *Moving Average*. Peramalan penjualan produk juga dipengaruhi oleh persentase peningkatan penjualan dari pemasaran.

Berdasarkan hasil peramalan menggunakan metode *Double Moving Average 2X3* serta peningkatan penjualan karena pemasaran, didapatkan perkiraan penjualan produk pada tahun pertama sebesar 204, tahun kedua sebesar 324, tahun ketiga sebesar 402, tahun keempat sebesar 470, dan tahun kelima sebesar 536.

Perencanaan Teknis

Proses bisnis pada ARTI FURNITURE secara keseluruhan digambarkan pada flowchart Gambar 4. Proses Bisnis dibagi menjadi tujuh proses bisnis yaitu proses desain, proses pemasaran, proses pelayanan pelanggan, proses penataan toko, proses pembelian material, proses produksi, dan proses pengiriman.

Dengan menggunakan data proses bisnis dan data pendukung (waktu kerja efektif dan frekuensi proses bisnis) menghasilkan estimasi kebutuhan tenaga kerja. Kebutuhan tenaga kerja pada bisnis ini di tahun pertama berupa 1 orang perancang produk, 1 orang pemasaran & pelayan toko, serta 2 orang bagian produksi.

Peralatan yang diinvestasikan untuk menunjang proses bisnis dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok peralatan untuk menunjang toko *display* seperti AC, meja, kursi, produk display, properti, dan lain lain. Kelompok peralatan untuk menunjang proses produksi pada *workshop* ARTI FURNITURE berupa mesin atau alat untuk produksi.

Lokasi usulan usaha terpilih berada pada salah satu lantai ruko Paskal Hyper Square blok A, Pasar Kaliki, Kota Bandung. Lokasi ini memiliki luas 67,5 m² (6 x 11,25 m) dengan biaya sewa sebesar Rp32.500.000 per tahunnya.

Perencanaan Finansial

Perencanaan finansial pada usulan pembukaan toko display ARTI FURNITURE berupa kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan, estimasi kebutuhan dana, proyeksi laporan laba rugi, proyeksi laporan aliran kas, dan proyeksi laporan neraca.

Total kebutuhan biaya investasi sebesar Rp49.201.600 berasal dari investasi peralatan pada toko *display* sebesar Rp43.974.000 dan investasi peralatan pada *workshop* sebesar Rp5.277.600. Estimasi pendapatan pada tahun pertama sebesar Rp377.400.000, tahun kedua sebesar Rp599.400.000, tahun ketiga sebesar 743.700.000, tahun keempat sebesar Rp869.500.000, dan tahun kelima sebesar Rp991.600.000. Proyeksi laporan laba rugi pada tahun pertama belum mengalami keuntungan, namun pada tahun kedua hingga kelima memiliki keuntungan yang terus meningkat. Proyeksi laporan aliran kas pada tahun nol mengalami pemasukan dana investasi berasal dari pemilik bisnis untuk pengeluaran investasi serta penutupan biaya pada tahun pertama karena pengeluaran lebih besar pendapatan, dan pada tahun berikutnya kas mengalami peningkatan terus menerus. Proyeksi laporan neraca pada tahun pertama hingga kelima memiliki kestabilan karena nilai total aset sama besar dengan nilai total liabilitas dan ekuitas.

Perencanaan Kelayakan Bisnis

Perencanaan kelayakan bisnis berasal dari pengolahan data perancangan finansial. Pengukuran kelayakan bisnis pada penelitian ini yaitu NPV, *payback period*, dan IRR. MARR yang digunakan pada penelitian ini sebesar 13,9%.

Nilai NPV yang didapatkan pada tahun kelima sebesar Rp8.730.552. Nilai NPV diterima karena bisnis menghasilkan nilai positif dengan nilai MARR yang diharapkan. Lamanya *payback period* selama 4,68 tahun dapat dikatakan diterima karena nilai ini lebih cepat dibandingkan umur investasi yaitu selama 5 tahun. Serta nilai IRR sebesar 15,46% dapat diterima karena nilai ini lebih besar dari nilai MARR yang ditetapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan perencanaan pasar, teknis, finansial, didapatkan perhitungan perencanaan kelayakan bisnis sebagai ukuran kelayakan pada bisnis ini. Berikut hasil yang didapatkan:

- Dengan p/f factor sebesar 13,9%, nilai NPV sebesar Rp8.730.552. Nilai NPV diterima karena bernilai positif.
- Dengan p/f factor sebesar 13,9%, nilai *payback period* didapatkan selama 4,68 tahun. *payback period* diterima karena dibawah umur investasi ($4,68 < 5$ tahun).
- Nilai IRR sebesar 15,48%. Nilai IRR diterima karena lebih besar dari nilai MARR ($15,48\% > 13,9\%$).

Berdasarkan perhitungan perancangan kelayakan, dapat disimpulkan bahwa usulan pembukaan toko *display* ARTI FURNITURE layak untuk dijalankan.

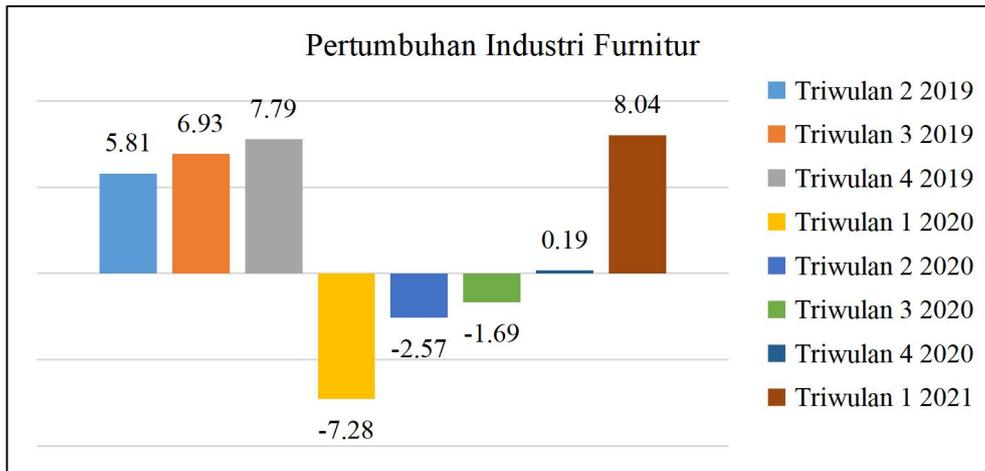
Saran untuk penelitian selanjutnya:

- Data-data pendukung perlu lebih lengkap dan terperinci, sehingga perhitungan akan lebih rinci.
- Membahas aspek lain diluar dari penelitian ini, seperti aspek lingkungan, aspek hukum, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek lainnya.

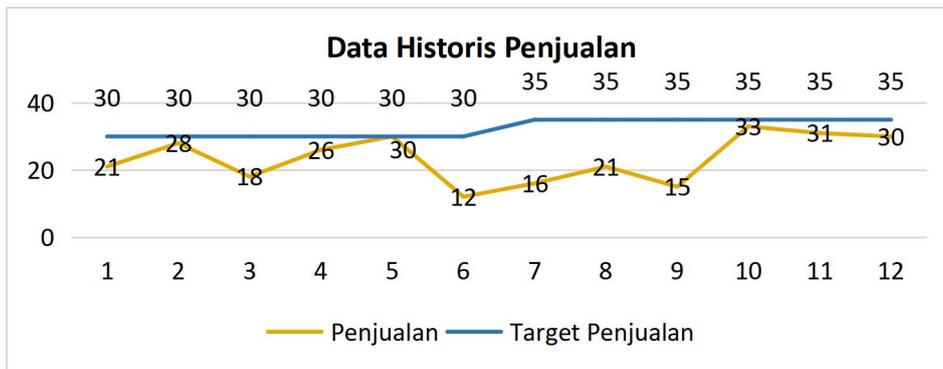
REFERENSI

- Aditama, R. A. & Rofiudin, M., 2020. *Pengantar Bisnis*. Kepanjen: AE Publishing.
- Alfaruq, A. N., 2021. Pengaruh Instagram Ads (Advertising) dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Vol 9, No. 2*.
- Alfian, A., Hardini, S. & Kusmindari, C. D., 2019. *Production Planning and Inventory Control*. Sleman: Dee Publish.
- Asman, N., 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Christine & Budiawan, W., 2017. Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, Vol. 6(no. 1).
- Fauzi, P. M., Chumaidiyah, E. & Suryana, N., 2019. Analisis Kelayakan Serta Perancangan Aplikasi Website pada Startup Digital Creative Fotografi Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial. *Jurnal INTECH Teknik Industri Serang Raya Vol 5 No 2*, pp. 60-66.
- Hidayat, A., 2021. *Studi Kelayakan Bisnis*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Kasmir & Jakfar, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Depok: Kencana.
- Lusiana, A. & Yulianty, P., 2020. Penerapan Metode Peramalan (Forecasting) pada Permintaan Atap di PT X. *Industri Inovatif - Jurnal Teknik Industri ITN Malang*, pp. 11-20.
- Maulana, H. & Soepatini, 2021. *Segemting Targeting Positioning: Mengapa, apa, dan Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Noor, Z. Z., 2021. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nurmalina, R., Sarianti, T. & Karyadi, A., 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Pamungkas, D., 2018. *Pengaruh Iklan "Google Adwords" terhadap Perilaku Share Konsumen*, Malang: Universitas Brawijaya.
- Sarumaha, D., 2021. Penerapan Metode Double Moving Average Untuk Memprediksi Penjualan Tiket Kereta Api. *Journal of Computer Science and Information Technology*, Januari, pp. 10-13.
- Sugiarta & Mulyana, M., 2018. Pengaruh Personal Selling dan Pameran terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Cahaya Sakti Multi Intraco (CASMI). *Researchgate*.
- Widyarosadi, A., 2020. Pemanfaatan Furnitur Minimalis sebagai Solusi Keterbatasan Ruang. *Jurnal Studi Desain*, Vol. 3(No. 1), pp. 1-5.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

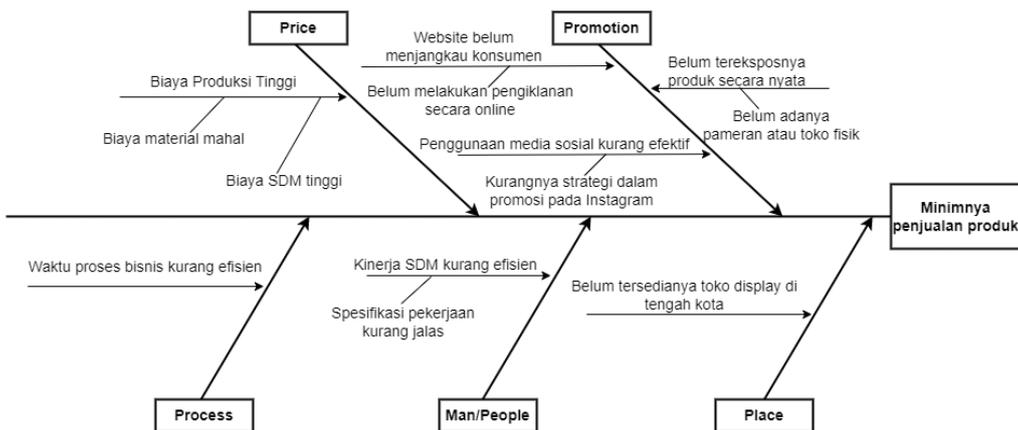
GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



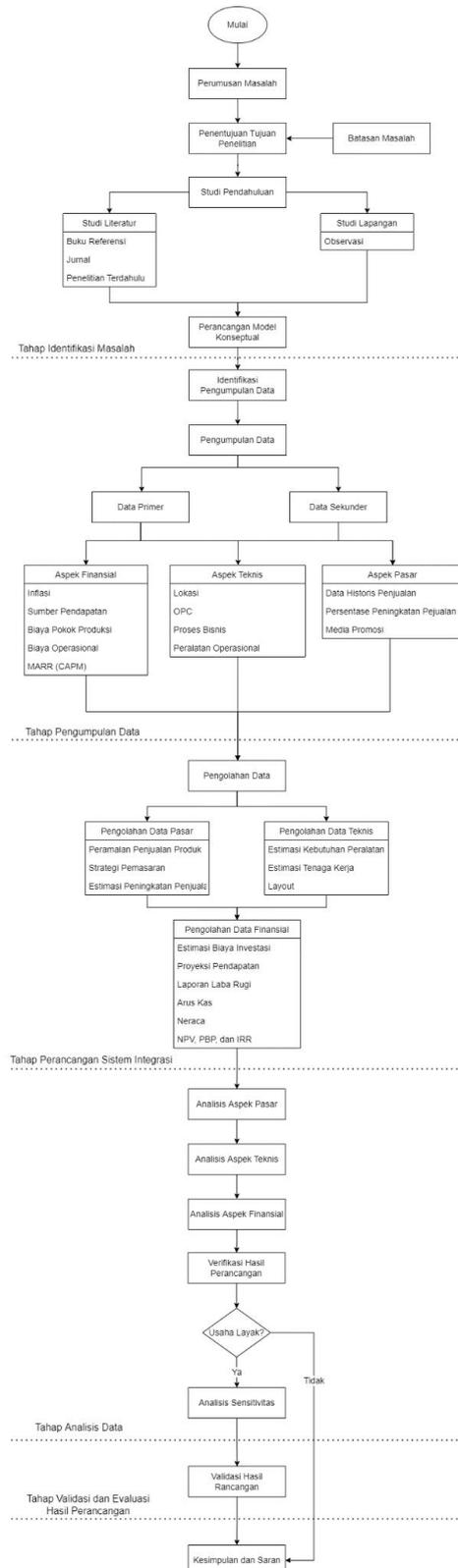
Grafik 1. Pertumbuhan Industri Furnitur
 Sumber: Kementerian Perindustrian, 2020



Grafik 2. Penjualan ARTI FURNITURE



Gambar 1. Fishbone diagram



Gambar 2. Sistematika Perancangan

Tabel 1. Nilai MSE Peramalan

Metode	MSE
Single Moving Average	73.55

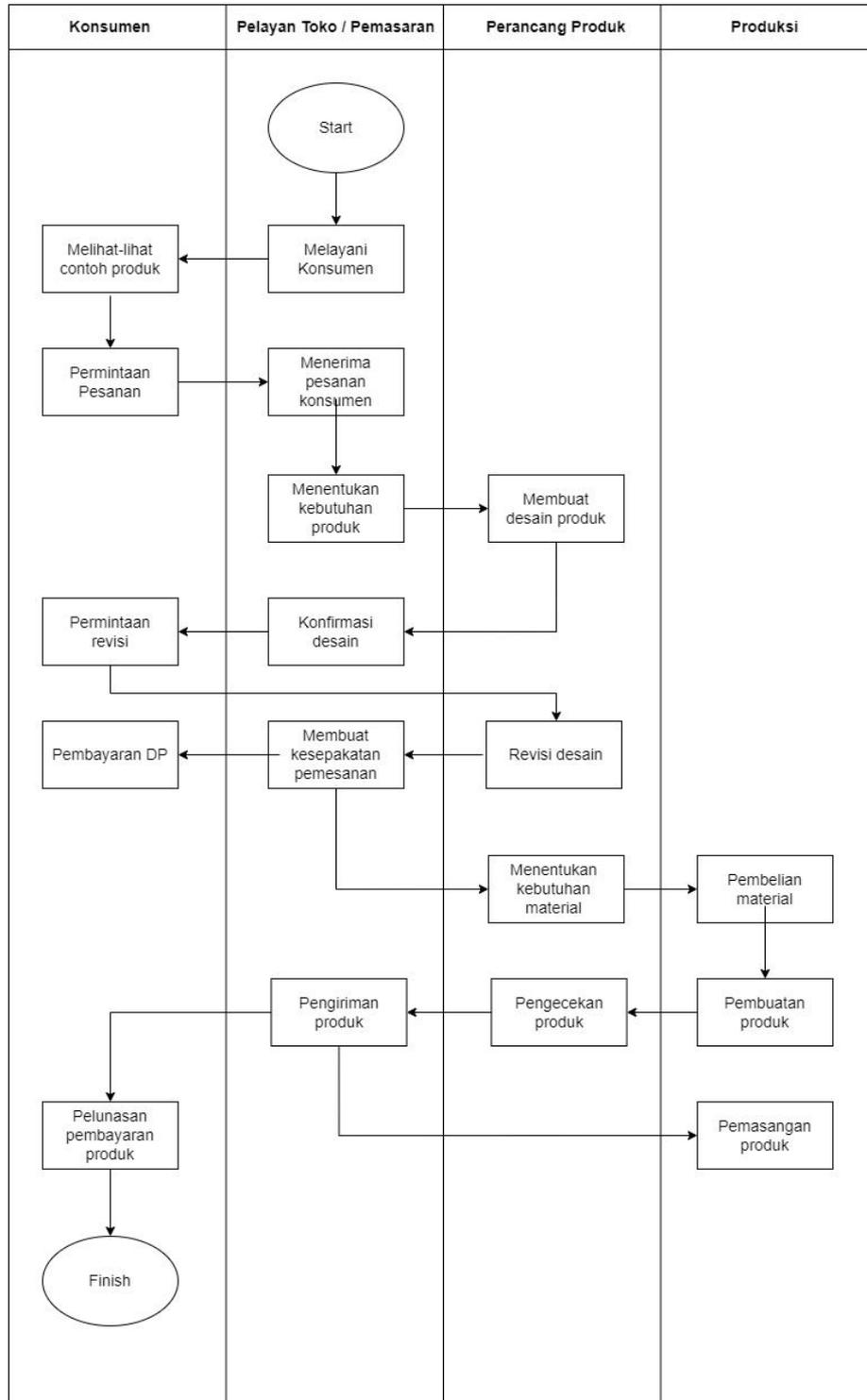
Double Moving Average 2x2	103.99
Double Moving Average 2x3	61.01
Double Moving Average 3x2	136.96
Double Moving Average 3x3	74.84
Double Moving Average 3x4	84.61
Double Moving Average 4x3	71.27
Weight Moving Average	65.51
Minimum	61.01

Tabel 2. Persentase Peningkatan Penjualan

Pemasaran	Tertarik	Pembelian	Peningkatan
Pemasaran Toko <i>Display</i>			
Toko <i>Display</i>			29.6%
Pemasaran Iklan			
Pameran	22.9%	30%	6.9%
Iklan Instagram	28.7%	30%	8.6%
Iklan Google	30.5%	30%	9.2%
Total			24.6%



Gambar 3. Perkiraan Penjualan produk



Gambar 4. Flowchart Proses Bisnis

Tabel 3. Waktu Proses Bisnis

No	Proses Bisnis	Waktu (menit)
1	Proses Desain	138
2	Proses Pemasaran	65
3	Proses Pelayanan Pelanggan	106
4	Proses Penataan Toko	85

5	Proses Pembelian Material	35
6	Proses Produksi	525
7	Proses Pengiriman	151

Tabel 4. Estimasi Tenaga Kerja

Tenaga Kerja	Jumlah Tenaga Kerja				
	2023	2024	2025	2026	2027
Perancang produk	1	1	1	2	2
Pemasaran & Pelayan Toko	1	1	1	1	1
Tim Produksi	2	2	3	3	4

Tabel 5. Estimasi Kebutuhan Peralatan

No	Item	Jumlah
<i>Toko Display</i>		
1	AC	3
2	Meja Kantor	1
3	Kursi	5
4	Produk Display 1	1
5	Produk Display 2	1
6	Properti	1
7	Neon Box	1
8	Papan Nama Exterior	1
9	Papan Nama Interior	1
<i>Workshop / Bengkel</i>		
1	Grinda	1
2	Jigsaw	1
3	Circular	1
4	Paku tembak	1
5	Kompresor	1
6	Mesin bor	1
7	Toolset	1
8	Meteran	1
9	Terminal kabel	2
10	Tablesaw	1

Tabel 6. Kebutuhan Biaya Investasi

No	Item	Umur Ekonomis	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
<i>Investasi pada Toko Display</i>					
1	AC	8	3	Rp 3,348,000	Rp 10,044,000
2	Meja Kantor	4	1	Rp 250,000	Rp 250,000
3	Kursi	4	5	Rp 100,000	Rp 500,000
4	Produk Display 1	4	1	Rp 10,000,000	Rp 10,000,000
5	Produk Display 2	4	1	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000
6	Properti	4	1	Rp 5,000,000	Rp 5,000,000
7	Neon Box	4	1	Rp 315,000	Rp 315,000
8	Papan Nama Exterior	4	1	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000

9	Papan Nama Interior	4	1	Rp 365,000	Rp 365,000
Total Biaya Investasi pada Toko <i>Display</i>					Rp 43,974,000
Investasi pada <i>Workshop</i> / Bengkel					
1	Grinda	16	1	Rp 385,000	Rp 385,000
2	Jigsaw	16	1	Rp 944,000	Rp 944,000
3	Circular	16	1	Rp 1,238,000	Rp 1,238,000
4	Paku tembak	16	1	Rp 193,000	Rp 193,000
5	Kompresor	16	1	Rp 1,243,000	Rp 1,243,000
6	Mesin bor	16	1	Rp 529,000	Rp 529,000
7	Toolset	4	1	Rp 388,800	Rp 388,800
8	Meteran	4	1	Rp 16,100	Rp 16,100
9	Terminal kabel	16	2	Rp 95,350	Rp 190,700
10	Tablesaw	4	1	Rp 100,000	Rp 100,000
Total Biaya Investasi pada <i>Workshop</i> / Bengkel					Rp 5,227,600
Total Investasi					Rp 49,201,600

Tabel 7. Proyeksi Pendapatan

Tahun	Pendapatan
2023	Rp377.400.000
2024	Rp599.400.000
2025	Rp743.700.000
2026	Rp869.500.000
2027	Rp991.600.000

Tabel 8. Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana	
Biaya Investasi	Rp 49,201,600
Modal Kerja	Rp 95,783,798
Biaya Desain Toko & Renovasi	Rp 10,000,000
SIUP	Rp 2,700,000
Merek Dagang	Rp 600,000
Total	Rp 158,285,398

Tabel 9. Proyeksi Laba Rugi

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
PENDAPATAN					
Pendapatan	Rp 377,400,000	Rp 599,400,000	Rp 743,700,000	Rp 869,500,000	Rp 991,600,000
Total Pendapatan	Rp 377,400,000	Rp 599,400,000	Rp 743,700,000	Rp 869,500,000	Rp 991,600,000
BIAYA POKOK PRODUKSI					
Biaya Langsung					
Biaya Material	Rp 143,113,927	Rp 231,952,609	Rp 294,014,071	Rp 350,429,373	Rp 408,095,390
Biaya Transportasi	Rp 5,100,000	Rp 8,270,100	Rp 10,476,532	Rp 12,505,904	Rp 14,561,555
Biaya Tenaga Kerja	Rp 192,000,000	Rp 196,032,000	Rp 250,185,840	Rp 306,527,691	Rp 365,125,568
Biaya Listrik	Rp 8,656,403	Rp 9,166,700	Rp 9,523,907	Rp 9,779,056	Rp 10,085,234
Beban Administrasi	Rp 408,000	Rp 648,000	Rp 804,000	Rp 940,000	Rp 1,072,000

Total Biaya Langsung	Rp 349,278,330	Rp 446,069,408	Rp 565,004,350	Rp 680,182,024	Rp 798,939,748
<i>Biaya Overhead</i>					
Biaya Air	Rp 326,861	Rp 326,861	Rp 348,576	Rp 370,291	Rp 392,006
Biaya Kebersihan Lingkungan	Rp 600,000	Rp 612,600	Rp 625,465	Rp 638,599	Rp 652,010
THR Tenaga Kerja	Rp 16,000,000	Rp 16,336,000	Rp 20,848,820	Rp 25,543,974	Rp 30,427,131
Biaya Pemeliharaan Mesin & AC	Rp 420,000	Rp 428,820	Rp 437,825	Rp 447,020	Rp 456,407
Depresiasi Showroom / Toko Display	Rp 9,738,000	Rp 9,738,000	Rp 9,738,000	Rp 9,738,000	Rp 1,255,500
Depresiasi Workshop / Bengkel	Rp 380,450	Rp 380,450	Rp 380,450	Rp 380,450	Rp 380,450
Biaya Pemasaran	Rp 21,280,000	Rp 22,237,380	Rp 33,665,632	Rp 34,638,693	Rp 35,637,777
Total Biaya Overhead	Rp 48,745,311	Rp 50,060,111	Rp 66,044,768	Rp 71,757,028	Rp 69,201,281
Total Biaya Pokok Produksi	Rp 398,023,641	Rp 496,129,519	Rp 631,049,118	Rp 751,939,052	Rp 868,141,028
Laba Kotor	Rp (20,623,641)	Rp 103,270,481	Rp 112,650,882	Rp 117,560,948	Rp 123,458,972
<i>Biaya Operasional</i>					
Biaya sewa	Rp 32,500,000	Rp 33,182,500	Rp 33,879,333	Rp 34,590,798	Rp 35,317,205
Beban Utilitas Toko	Rp 430,000	Rp -	Rp -	Rp 430,000	Rp -
Biaya Desain Toko & Renovasi	Rp 10,000,000	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000
Amortisasi SIUP	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Amortisasi Merek Dagang	Rp 60,000	Rp 60,000	Rp 60,000	Rp 60,000	Rp 60,000
Total Biaya Operasional	Rp 42,990,000	Rp 36,742,500	Rp 37,439,333	Rp 38,580,798	Rp 38,877,205
EBT	Rp (63,613,641)	Rp 66,527,981	Rp 75,211,549	Rp 78,980,150	Rp 84,581,766
Pajak (0,5%)	Rp -	Rp 332,640	Rp 376,058	Rp 394,901	Rp 422,909
EAT	Rp (63,613,641)	Rp 66,195,341	Rp 74,835,492	Rp 78,585,249	Rp 84,158,857

Tabel 10. Proyeksi Aliran Kas

Tahun	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Estimasi Kas Masuk (Rp)						
Investasi Pemilik	158,285,398					
Penjualan		377,400,000	599,400,000	743,700,000	869,500,000	991,600,000
Total Kas Masuk	158,285,398	377,400,000	599,400,000	743,700,000	869,500,000	991,600,000

Estimasi Kas Keluar (Rp)						
Biaya Investasi Toko	43,974,000					
Biaya Investasi Workshop	5,227,600					
SIUP	2,700,000					
Merek Dagang	600,000					
Biaya Material		143,113,927	231,952,609	294,014,071	350,429,373	408,095,390
Biaya Transportasi		5,100,000	8,270,100	10,476,532	12,505,904	14,561,555
Biaya sewa		32,500,000	33,182,500	33,879,333	34,590,798	35,317,205
Beban Utilitas Toko		430,000	0	0	430,000	0
Biaya Desain Toko & Renovasi		10,000,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
Biaya Listrik		8,656,403	9,166,700	9,523,907	9,779,056	10,085,234
Biaya Air		326,861	326,861	348,576	370,291	392,006
Biaya Kebersihan Lingkungan		600,000	612,600	625,465	638,599	652,010
Biaya Tenaga Kerja		192,000,000	196,032,000	250,185,840	306,527,691	365,125,568
THR Tenaga Kerja		16,000,000	16,336,000	20,848,820	25,543,974	30,427,131
Biaya Pemeliharaan Mesin & AC		420,000	428,820	437,825	447,020	456,407
Beban Administrasi		408,000	648,000	804,000	940,000	1,072,000
Biaya Pemasaran		21,280,000	22,237,380	33,665,632	34,638,693	35,637,777
Pajak		0	332,640	376,058	394,901	422,909
Total Kas Keluar	52,501,600	430,835,191	523,026,209	658,686,058	780,736,301	905,745,193
Arus Kas (Rp)						
Arus Kas Bersih	105,783,798	(53,435,191)	76,373,791	85,013,942	88,763,699	85,854,807
Saldo Kas	105,783,798	52,348,607	128,722,398	213,736,340	302,500,039	388,354,846

Tabel 11. Proyeksi Neraca

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
ASET (Rp)					
ASET LANCAR					
Saldo Akhir Kas	52,348,607	128,722,398	213,736,340	302,500,039	388,354,846
Total Aset Lancar	52,348,607	128,722,398	213,736,340	302,500,039	388,354,846
ASET TIDAK LANCAR					
Aset Tetap:					
Biaya Investasi Toko	43,974,000	43,974,000	43,974,000	43,974,000	43,974,000
Biaya Investasi Workshop	5,227,600	5,227,600	5,227,600	5,227,600	5,227,600

Total Aset Tetap	49,201,600	49,201,600	49,201,600	49,201,600	49,201,600
Aset Tak Berwujud:					
SIUP	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
Merek Dagang	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
Total Aset Tak Berwujud	3,300,000	3,300,000	3,300,000	3,300,000	3,300,000
Akumulasi Depresiasi dan Amortisasi:					
Akumulasi Depresiasi Peralatan Toko	9,738,000	19,476,000	29,214,000	38,952,000	40,207,500
Akumulasi Depresiasi Peralatan Workshop	380,450	760,900	1,141,350	1,521,800	1,902,250
Akumulasi Amortisasi SIUP	0	0	0	0	0
Akumulasi Amortisasi Merek Dagang	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
Total Akumulasi Depresiasi dan Amortisasi	10,178,450	20,356,900	30,535,350	40,713,800	42,409,750
Total Aset Tidak Lancar	42,323,150	32,144,700	21,966,250	11,787,800	10,091,850
TOTAL ASET	94,671,757	160,867,098	235,702,590	314,287,839	398,446,696
LIABILITAS DAN EKUITAS (Rp)					
Investasi Pemilik	158,285,398	158,285,398	158,285,398	158,285,398	158,285,398
EAIT	(63,613,641)	66,195,341	74,835,492	78,585,249	84,158,857
Akumulasi EAIT	(63,613,641)	2,581,700	77,417,192	156,002,441	240,161,299
TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS	94,671,757	160,867,098	235,702,590	314,287,839	398,446,696
<i>Balance sheet check</i>	Rp -	Rp -	-Rp 0	Rp -	Rp -

Tabel 12 Perancangan Kelayakan

NPV	Rp8.730.552
<i>Payback period</i>	4,68 tahun
IRR	15,46%