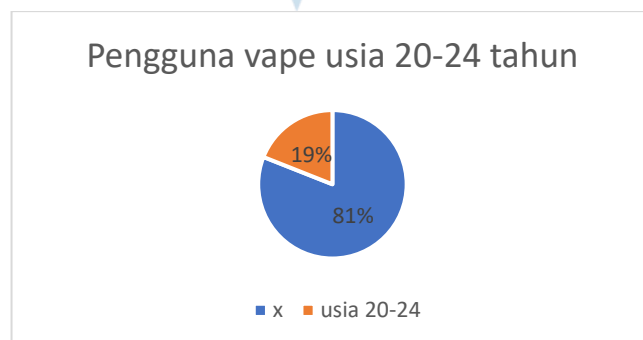


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

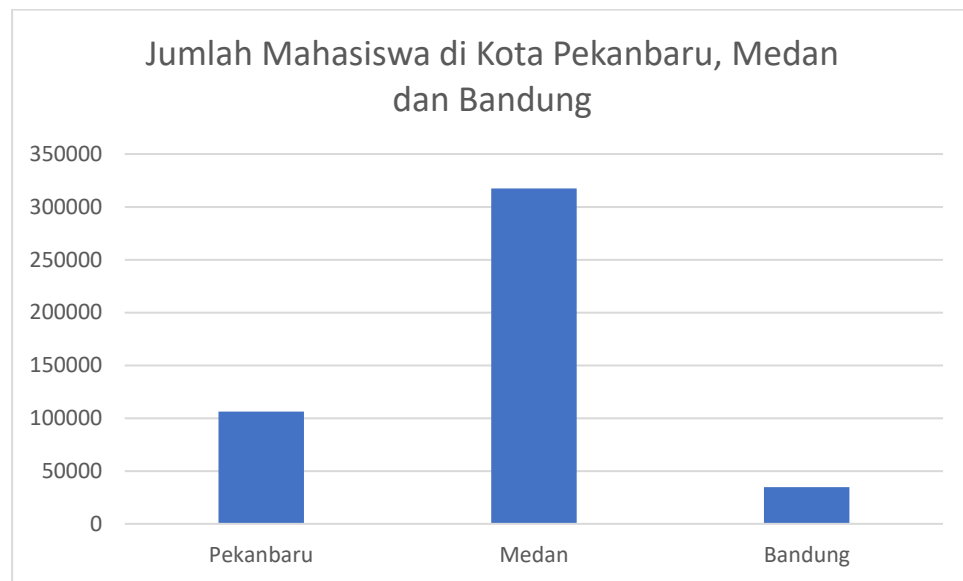
Rokok Elektrik atau *vape* merupakan salah satu bentuk rokok yang menggunakan baterai dan menggunakan *liquid* sebagai bahan yang dikonsumsi dengan cara dipanaskan dengan media kapas dan *coil* dalam *vape* hingga menjadi uap yang kemudian dihisap seperti rokok konvensional. Rokok elektrik mulai dikenal luas oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2014. Hal tersebut diketahui berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan BPOM melalui meningkatnya penjualan rokok elektrik pada 6 situs *e-commerce* ternama di Indonesia (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2017). Hingga saat ini merokok elektrik atau *vape* menjadi sebuah trend hobi baru yang memiliki banyak peminat bahkan beberapa tempat memiliki komunitasnya sendiri seperti *Asmodus* Indonesia, *Vape Squad Indo*, *Vaper* Indonesia, dll. Dengan adanya hobi baru tersebut maka munculah kebutuhan baru akan *vape* dalam masyarakat pengguna *vape* yang kemudian menciptakan potensi pasar baru.



Gambar 1.1 Grafik Pengguna berdasarkan Usia di Indonesia tahun 2020

Pada era ini orang-orang membeli barang bukan karena nilai kegunaannya tetapi karena gaya hidup demi sebuah citra yang diarahkan dibentuk oleh iklan (Baudrillard, 2018). Menurut data dari lokalddata.id tahun 2019, diperoleh bahwa 19% pengguna rokok elektrik atau *vape* adalah masyarakat Indonesia usia 20-24. Pada umumnya usia tersebut adalah usia mahasiswa. Cukup tingginya minat penggunaan *vape* di usia mahasiswa mengakibatkan banyak pengusaha yang mencoba memanfaatkan peluang bisnis dalam pasar *vape* salah satunya adalah Indovaping.

Indovaping merupakan sebuah toko yang menyediakan produk-produk yang dibutuhkan oleh pengguna *vape* antara lain *vape*, aksesoris *vape*, *spare-part*, *liquid*, jasa konsultasi dan *service vape*. Indovaping menjadi distributor resmi untuk menyalurkan barang produksi pabrik kepada konsumen dan tidak memiliki produk buatan sendiri. Pusat dari Indovaping terletak di Sunter, Jakarta Utara dan memiliki beberapa cabang yang tersebar di Medan dan Bandung.



Gambar 1.2 Grafik Jumlah Mahasiswa di Kota Pekanbaru, Medan, dan Bandung tahun 2020

Medan dan Bandung merupakan daerah yang memiliki potensi pasar yang cukup besar karena jumlah mahasiswa yang cukup tinggi mengingat terdapat beberapa universitas ternama di daerah tersebut. Menurut data yang diambil dari PDDikti di situsnya <https://pddikti.kemdikbud.go.id>, Medan memiliki lebih dari 300.000 mahasiswa dan Bandung memiliki lebih dari 30.000 mahasiswa. Melihat potensi pasar yang cukup menjanjikan di segmen usia mahasiswa, Indovaping memiliki rencana untuk membuka cabang baru dalam rangka untuk memperluas *scope* pasar. Pekanbaru dipilih menjadi kandidat daerah pembukaan cabang baru karena memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar, lebih besar daripada Bandung. Selain memiliki pasar yang potensial, persaingan bisnis *vape* di Pekanbaru masih lebih longgar dibandingkan Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar. Minimnya persaingan dengan potensi pasar yang menjanjikan membuat Indovaping memiliki rencana untuk membuka cabang di kota Pekanbaru. Namun

sebelum mengeksekusi rencana tersebut maka harus dilakukan uji kelayakan bisnis Indovaping untuk melihat seberapa layak Indovaping untuk membuka cabang baru. Metode yang akan digunakan untuk menguji kelayakan bisnis Indovaping adalah dengan metode *net present value*(NPV). Dengan demikian dilakukan penelitian berjudul **“Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Indovaping Menggunakan Metode NPV”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka ditemukan rumusan masalah “Apakah Indovaping layak untuk membuka cabang baru?”

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah data keuangan Indovaping selama 3 tahun terakhir
2. Metode yang digunakan adalah *net present value*(NPV)
3. Data yang digunakan adalah data dari cabang Medan dan Bandung.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui kelayakan Indovaping dalam membuka cabang baru dalam rangka memperluas *scope* pasar melalui analisis keuangan Indovaping.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Manfaat penelitian yang dilakukan bagi penulis adalah dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam melakukan sebuah penelitian.

2. Bagi Indovaping

Manfaat yang dapat diperoleh Indovaping melalui penelitian yang dilakukan adalah dapat memberikan informasi tentang kondisi kelayakan bisnis yang membantu dalam pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah dapat memberikan wawasan tentang fungsi dan manfaat melakukan analisis kelayakan bisnis di bidang rokok elektronik atau *vape*.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Objek Penelitian

Objek dari penelitian yang dilakukan adalah toko vape Indovaping dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis Indovaping untuk membuka cabang baru.

1.6.2. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif untuk mengetahui kelayakan bisnis Indovaping untuk membuka cabang baru dengan cara melakukan pengolahan data keuangan Indovaping selama 3 tahun terakhir dengan metode *Net Present Value*.

1.6.3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

a. Data Primer

Merupakan data yang diambil langsung dari Indovaping dengan meminta izin kepada manager Indovaping untuk mengunduh data keuangan Indovaping selama 3 tahun terakhir.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diambil dari secara tidak langsung dari sumbernya melalui dokumentasi yang telah dibagikan atau diterbitkan oleh pihak lain.

1.6.4. Metode Pengumpulan Data

Data penilitan diperoleh melalui dua metode yaitu :

a. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati kondisi penjualan toko berdasarkan kunjungan konsumen ke Indovaping di cabang Medan dan Bandung.

b. Dokumentasi

Data diperoleh melalui pengunduhan dokumen yang telah diizinkan oleh *manager* Indovaping dari *database* perusahaan. Dokumen tersebut meliputi dokumen keuangan Indovaping.

1.6.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui kelayakan bisnis Indovaping untuk membuka cabang baru adalah dengan menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan data kuantitatif (angka). Pengolahan data kuantitatif tersebut menggunakan metode *net present value (NPV)* dengan rumus sebagai berikut :

Net Present Value (NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^N \frac{R_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Gambar 1.3 Rumus NPV

Dimana N adalah jumlah periode, t adalah waktu arus kas yang diukur, R_t adalah arus kas pada waktu t , dan I_0 adalah investasi tahun ke 0 (tahun sekarang).

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metodologi penelitian termasuk metode analisis data yang digunakan.

BAB II ANALISIS KELAYAKAN BISNIS

Bab ini memaparkan teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian yang dilakukan meliputi teori kelayakan bisnis, metode *Net Present Value*.

BAB III GAMBARAN UMUM INDOVAPING

Bab ini akan memaparkan tentang gambaran umum perusahaan Indovaping mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta informasi lain yang berhubungan dengan perusahaan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil analisis data dan memberikan pembahasan terhadap hasil analisis data yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan dan saran penelitian