

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia sudah sangat meningkat dan bisa dikatakan salah satu kegiatan sehari-hari dalam mendapatkan pendapatan di setiap kalangan. Secara umum, pengertian bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu kegiatan yang menjual barang maupun jasa kepada para konsumen dan bertujuan mendapatkan laba. Semua bisnis yang baru akan buka atau akan memperluas usahanya tetap memerlukan perencanaan yang baik agar bisnis berjalan lancar untuk dimasa yang akan datang. Perencanaan bisnis bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan, tetapi memerlukan pertimbangan yang matang agar bisnis tersebut tetap berjalan.

Hal pertama dan krusial dalam melakukan sesuatu adalah perencanaan. Jika perencanaan sudah baik, maka mampu mendukung kegiatan yang lain agar menghasilkan hasil yang baik pula. Perencanaan bisnis merupakan langkah pertama yang sangat berperan penting bagi pelaku usaha yang ingin membuka usaha baru. Selain itu, juga dapat dijadikan acuan untuk melihat prospek keberhasilan dimasa yang akan datang sehingga dapat mengurangi risiko kerugian pelaku usaha. Perlunya pelaku usaha memikirkan seberapa lama pengembalian modal yang telah dikeluarkan untuk bisnis tersebut. Dalam menentukan suatu perencanaan bisnis, peran analisis kelayakan investasi modal sangatlah penting. Analisis kelayakan investasi modal (*capital investment*) merupakan penelitian yang dilakukan secara mendalam yang dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan

akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan (Kasmir dan Jakfar, 2015). Investasi modal berkaitan dengan proses perencanaan, penetapan tujuan dan prioritas, pengaturan pendanaan serta penggunaan kriteria dalam jangka panjang. Dalam menentukan bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan dapat dilihat dari berbagai aspek yang ada. Pemilihan bidang dalam bisnis yang akan dijalankan juga harus dilakukan secara tepat agar bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Pada saat ini sudah banyak bisnis yang mulai berkembang di Indonesia seperti bisnis makanan, elektronik, otomotif, olahraga, kecantikan dan masih banyak lagi. Bisnis yang akan dijalankan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang sedang berkembang pada saat ini. Salah satu bisnis yang sedang berkembang terutama di kalangan anak muda adalah *Coffee Shop*. Menurut artikel regional.co.id (2022), bisnis *Coffee Shop* semakin menjamur dengan menawarkan beragam konsep yang menarik. Data terakhir yang ada mengatakan jumlah kenaikan *Coffee Shop* di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai dan jumlahnya dipastikan akan terus meningkat seiring meningkatnya permintaan konsumen. Perilaku konsumtif anak muda saat ini tidak lagi sebatas minum kopi saja, melainkan tempat mengerjakan tugas, menenangkan hati serta bercengkrama dengan rekan maupun keluarga.

Begitu pula bisnis *Coffee Shop* yang berkembang di Kota Magelang saat ini. Menurut hasil survei terdapat 13 *Coffee Shop* yang sudah berdiri di Kota Magelang. Berikut ini daftar *Coffee Shop* yang terdapat di Kota Magelang:

Tabel 1. 1 Daftar Coffee Shop di Kota Magelang

| No | Nama <i>Coffee Shop</i> | Alamat |
|----|----------------------------|--|
| 1 | ATAP Eatery and Coffee | Jl. Kenanga, Kemirirejo (<i>rooftop</i> RSIA Gladiool) |
| 2 | Coffeerville Brewery | Jl. MT Haryono, Cacaban |
| 3 | The Cabin Coffee Bar | Jl. Ikhlas No.39-40 Magersari |
| 4 | Senopati Kopi | Jl. Panembahan Senopati, Jurangombo Utara |
| 5 | Bond Café | Jl. Pajang No.18, Kemirirejo |
| 6 | Brain Suck Coffee & Donuts | Jl. Beringin I, Tidar Utara |
| 7 | The Lokal Folk | Jl. Pahlawan No.100, Potrobangsari |
| 8 | Markaz Keju | Jl. Pahlawan No.97, Potrobangsari |
| 9 | Sakopi Café & Resto | Jalan Ahmad Yani Jl. A. Yani Kios Pjka No.1, Potrobangsari |
| 10 | Kofibru | Jl. Pemuda No.50, Kemirirejo |
| 11 | Rumah Kopi Magelang | Jl. Rama No.28, Panjang |
| 12 | Chapter One | Ruko, Jl. Pangeran Diponegoro Jl. Kartini No.5 |
| 13 | Janji Jiwa Magelang | Jl. Tentara Pelajar No.59, Kemirirejo |

Persaingan yang semakin ketat membuat para pelaku usaha atau calon pelaku usaha harus melakukan berbagai cara agar para konsumen khususnya kalangan muda tertarik dengan produk yang dijual. Namun, tidak semua cara yang dilakukan dapat berjalan dengan baik sehingga ditakutkan dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena ketidakmampuan mempertahankan perusahaan. Hal ini disebabkan karena kurangnya perencanaan bisnis pada usaha yang akan dijalankan.

Yohanes Santoso sebagai calon pelaku usaha berencana untuk mendirikan sebuah *Coffee Shop* baru di Kota Magelang dengan nama Social House Cafe. Perencanaan strategi yang dilakukan Yohanes Santoso harus dilakukan secara tepat agar memperoleh tujuan yang diinginkan. Pendirian *Coffee Shop* yang terletak di Jalan Soekarno-Hatta, Magelang ini dijadikan sebagai objek pada penelitian ini. Dari hasil survei lapangan dan hasil wawancara dengan calon pelaku usaha, Social House Café memiliki keunikan-keunikan yang akan menjadi daya tarik konsumen, yaitu konsep *Coffee Shop* yang ditawarkan menggunakan konsep *Speak Easy Bar*. Menurut artikel Vantage (2019), konsep *Speak Easy Bar* (dari mulut ke mulut) pertama kali ada di Amerika Serikat pada era pelarangan minuman beralkohol (tahun 1920-1933). Era pelarangan tersebut dimulai saat Senat Amerika Serikat mengusulkan amandemen ke- 18 pada bulan Desember 1917 dan resmi diberlakukan tahun 1920. Orang-orang yang menentang larangan tersebut seperti para kaum pemberontak membuat suatu perkumpulan yang juga menyediakan alkohol selundupan secara rahasia di dalam *Speak Easy Bar*. Selain itu, tidak sembarang orang dapat masuk ke dalam *bar* karena sangatlah sulit dan memiliki aturan ketat. Jika ingin masuk, pengunjung harus mengetahui sebuah kode seperti sebuah kata atau kalimat, jumlah ketukan pintu atau cara berjabat tangan ketika bertemu yang hanya orang-orang tertentu yang tahu agar dapat masuk ke dalam *bar*. Selain konsep *Coffee Shop* yang unik, menu utama minuman *Social House Café* yakni *mocktail* (*virgin cocktail* / tidak mengandung alkohol) yang dimana semua orang dapat menikmatinya. Nama menu minuman juga dibuat unik seperti 7

menu *mocktail* yaitu *Lady with her cheese*, *Espresso zero tini*, *Dragonni*, *Vee-mosa*, *Marry me tomorrow*, *The Oaxaca*, dan *Gary baldini*.

Motivasi utama dalam melakukan bisnis tentunya untuk mendapatkan laba. Begitu pula dengan pendirian Social House Café yang dimana pemilik mengharapkan keuntungan di masa depan dengan menjalankan bisnis ini. Perlunya perencanaan investasi yang baik sehingga diharapkan dapat menghasilkan pengembalian modal awal dan pada saat yang sama juga menghasilkan laba atas investasi awal yang diinginkan. Oleh karena itu, perencanaan serta analisis dari aspek keuangan merupakan hal yang penting. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI SOCIAL HOUSE CAFE MAGELANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti akan melakukan penelitian tentang analisis kelayakan investasi pada Social House Café di Kota Magelang dengan rumusan masalah, apakah *Coffee Shop* yang akan didirikan di Jalan Soekarno-Hatta Magelang ini layak untuk dijalankan?

1.3. Batasan Masalah

Permasalahan yang dianalisis akan dibatasi oleh beberapa hal, sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan dibatasi oleh aspek keuangan.
2. Metode analisis yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan pada aspek keuangan dalam penelitian ini

adalah *Net Present Value* (NPV). Pendirian Social House Café layak dijalankan jika NPV bernilai positif yang artinya selisih sekarang dari arus kas masuk lebih besar dari investasi awal. Sebaliknya Social House Café tidak layak dijalankan jika NPV bernilai negatif yang artinya arus kas masuk lebih kecil dari investasi awalnya.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pendirian Social House Café yang berada di Jalan Soekarno-Hatta Magelang ini layak atau tidak untuk dijalankan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini, dapat menjadi saran dan bahan pertimbangan untuk pelaku usaha mendirikan *Coffee Shop* dengan menggunakan analisis kelayakan investasi.

1.6. Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan studi kasus yaitu penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah tertentu yang ada dalam perusahaan. Penelitian studi kasus yang dilakukan terhadap pendirian Social House Café di Jalan Soekarno-Hatta, Magelang.

1.6.1. Objek Penelitian

Social House Café Magelang yang akan didirikan di Jalan Soekarno-Hatta, Magelang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini.

1.6.2. Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber utama, bisa melalui wawancara, survei dan sebagainya. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari melakukan wawancara dan observasi objek secara langsung kepada pelaku usaha dan pihak-pihak yang terkait.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Wawancara

Suatu metode yang dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian kepada pelaku usaha atau pihak-pihak yang terkait dalam penelitian untuk mendapatkan data secara langsung.

2. Observasi

Suatu metode yang dilakukan dengan pengamatan langsung ke perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu Social House Café yang akan didirikan di Kota Magelang.

3. Dokumentasi

Suatu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai dokumen perusahaan serta catatan yang ada yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti.

1.6.4. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan aspek keuangan yang ada pada studi kelayakan investasi untuk mengukur layak atau tidak layak usaha Social House Café Magelang untuk dijalankan. Peneliti menggunakan metode *Net Present Value* (NPV). NPV adalah selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dengan nilai sekarang dari arus kas yang keluar pada periode waktu tertentu. Berikut rumus *Net Present Value* (NPV):

$$NPV = \left(\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} \right) - I_0$$

Keterangan:

NPV : *Net Present Value*

CF_t : Arus kas per tahun pada periode t (tertentu)

I_0 : Nilai investasi awal pada tahun ke 0 (rupiah)

K : Suku bunga atau *discount rate* (%)

Tabel 1. 2 Kriteria Net Presen Value (NPV)

| | |
|---------|--|
| NPV > 0 | Maka, investasi diterima / layak dijalankan |
| NPV < 0 | Maka, investasi ditolak / tidak layak dijalankan |
| NPV = 0 | Maka, investasi diterima atau ditolak / layak dijalankan atau tidak layak dijalankan |

Dalam perhitungan menggunakan metode NPV, terdapat data yang harus diperhitungkan terkait dengan aspek keuangan, yaitu :

1. Melakukan perhitungan investasi awal usaha;
2. Melakukan analisis pada aliran kas masuk;
3. Melakukan analisis pada aliran kas keluar;
4. Menilai tunaikan kas bersih;
5. Menghitung *discount rate*;
6. Menilai keputusan investasi dari aspek keuangan menggunakan *Net Present Value* (NPV).

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dijelaskan melalui lima bab, berdasarkan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, analisis data dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan mengenai teori analisis kelayakan investasi dalam aspek keuangan.

BAB III GAMBARAN UMUM SOCIAL HOUSE CAFE MAGELANG

Menjelaskan tentang gambaran perusahaan secara umum, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi dan informasi lain yang berkaitan dengan Social House Café Magelang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil dari analisis keputusan investasi berdasarkan aspek keuangan.

BAB V KESIMPULAN

Menjelaskan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha.