

**ASPEK BISNIS USAHA TOKO ROTI  
DI JAKARTA  
Brastoro\***

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter Jakarta 14350

**Abstract**

*CrocoBread is a company engaged in the field of bakery, which is planned to use in a bazaar concept. CrocoBread planned to be established in Sunter Hijau Raya Blok E2/21, Sunter, North Jakarta. The intended target market is people from middle social class that likes to hang out in the mall, and lives around Jakarta area. The initial investment required by CrocoBread is IDR 200.000.000,-. this capital provided from private funding by the parents of the CrocoBread owner. The capital will be allocated to rent, purchase of the equipment, supplies, raw materials, and cash. CrocoBread will hire 5 employee in carrying out operations consisting of a manager, 2 chefs, 1 operational assistant, and 1 sales marketing. The assessment of CrocoBread performance has been assessed financially through income statement performance, cash flow projection, and balance sheet performance. Moreover, the feasibility studies of CrocoBread was done by using several methods of investment appraisal, such as: Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), and Internal Rate of Return (IRR). From those assessments and studies, the results show CrocoBread has a positive Net Present Value worth IDR 1.128.587.435,-; Break Even Point value annually less than income, Payback Period for 7 months and 17 days, and the value of Internal Rate of Return is 167%. Therefore CrocoBread is a good business to be run.*

*Keyword: Break Even Point, Net Present Value, Payback Period, Internal Rate of Return.*

**Abstrak**

CrocoBread merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bakery, yang rencananya akan digunakan dalam konsep bazar. CrocoBread direncanakan akan didirikan di Sunter Hijau Raya Blok E2/21, Sunter, Jakarta Utara. Target pasar yang dituju adalah masyarakat dari kelas sosial menengah yang suka nongkrong di mall, dan tinggal di sekitar wilayah Jakarta. Investasi awal yang dibutuhkan CrocoBread adalah Rp 200.000.000,-. modal ini disediakan dari dana pribadi oleh orang tua pemilik CrocoBread. Modal tersebut akan dialokasikan untuk sewa, pembelian peralatan, perlengkapan, bahan baku, dan uang tunai. CrocoBread akan mempekerjakan 5 karyawan dalam menjalankan operasional yang terdiri dari seorang manajer, 2 koki, 1 asisten operasional, dan 1 sales marketing. Penilaian kinerja CrocoBread telah dinilai secara finansial melalui kinerja laporan laba rugi, proyeksi arus kas, dan kinerja neraca. Selain itu, studi kelayakan CrocoBread dilakukan dengan menggunakan beberapa metode penilaian investasi, seperti: Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), dan Internal Rate of Return (IRR). Dari penilaian dan penelitian tersebut, hasilnya menunjukkan CrocoBread memiliki Net Present Value positif senilai Rp 1.128.587.435,-; Nilai Break Even Point per tahun lebih kecil dari pendapatan, Payback Period selama 7 bulan 17 hari, dan nilai Internal Rate of Return sebesar 167%. Oleh karena itu CrocoBread adalah bisnis yang baik untuk dijalankan.

Keyword: Break Even Point, Net Present Value, Payback Period, Internal Rate of Return.

## Pendahuluan

Bisnis toko roti (*Bakery*) merupakan bisnis yang sangat berkembang dan bisnis yang sangat menjanjikan karena makanan, terutama roti dikonsumsi oleh hampir semua orang. Sekarang industri makanan sedang berkembang pesat, dengan adanya produk - produk *pastry, bread* ataupun *cake* yang unik sekarang banyak kalangan muda-mudi yang tidak keberatan untuk mencoba produk roti terbaru.

Dalam industri roti dan kue, berbagai macam rasa, dan bentuk roti telah banyak sekali ditawarkan pada industri makanan yang satu ini, mulai dari *Chocochip Cookies, Sandwich, Hotdog, Burger* yang datang dari Amerika hingga *Choux* (kue soes), *Croissant, Macaron* yang datang dari Eropa. Seperti bolu dengan *cream* dan parutan keju yang banyak di atasnya, merupakan model bolu tradisional namun dapat menjadi *snack* yang terkenal di pasar dunia maya ataupun *Bazaar*. Begitu pula dengan donat yang memiliki rasa unik seperti rasa *green tea, red velvet, taro, bacon* hingga donat dengan *salad*. Namun tidak seluruh perubahan yang ada sekarang dapat memberikan rasa produk yang benar - benar enak pada saat dimakan seperti *cake* yang berisikan bolu tipis dan sisanya berisikan *cream* yang sangat banyak, ataupun *cookies* dengan *icing sugar* (gula) yang banyak dan sangat lucu bentuknya namun rasanya hanya sebatas adonan tepung dan gula yang banyak. Dengan cara seperti itu akan memberikan rasa 'eneg' dan membuat konsumen jarang memesan kembali.

Banyak sekali jenis roti dan kue di Indonesia yang berasal dari kebudayaan Barat. Tapi, banyak juga kue yang terlupakan yang berasal dari Indonesia seperti kue Lapis, Bika Ambon, kue Cubit, kue Pancong sangat kental dengan kebudayaan Indonesia dan juga salah satu roti yang juga kental dengan kebudayaan Indonesia, tepatnya kebudayaan Betawi yaitu roti buaya. Dengan memberi perubahan, saya mengembangkan roti buaya melalui "*CrocoBread*" yang menyediakan roti buaya dengan berbagai macam rasa, yaitu *milktea, greentea, red velvet, salted egg yolk, dan peperoni & cheese*. Namun ukuran yang ditawarkan pun tidak sebesar roti buaya seperti pada umumnya karena disesuaikan untuk konsumsi individual.

Roti buaya awalnya merupakan hidangan yang wajib di pesta pernikahan adat budaya Betawi yang menggunakan simbol buaya yang diartikan sebagai simbol kesetiaan. Menurut cerita budaya menyediakan roti buaya ini terinspirasi dari perilaku buaya yang hanya kawin sekali sepanjang hidupnya. Karena itulah, roti ini di jadikan sebagai simbol kesetiaan dengan maksud pasangan yang menikah akan saling setia sampai seumur hidup. Selain sebagai simbol kesetiaan Roti Buaya katanya juga memiliki arti sebagai simbol keamanan, biasanya roti buaya ini diberikan pada saudara yang belum menikah, agar cepat mendapatkan jodoh.

Mengapa mengembangkan roti buaya? Karena melihat keadaan dinamis yang sekarang telah banyak kebudayaan bangsa kita yang hanya tinggal sebagai memori karena kurangnya eksploitasi budaya terhadap negeri sendiri. Setelah maraknya penjualan kue cubit, martabak dan juga pancong dengan berbagai rasa, belum ada lagi inovasi - inovasi baru dalam industri roti tradisional di Tanah Air sehingga muncullah ide untuk mengembangkan roti buaya agar masyarakat dapat melihat kebudayaan Indonesia kembali yang dipadukan dengan zaman yang modern dan bisa memperluas pangsa pasar roti buaya agar dikenal oleh banyak kalangan. Salah satu harapan penulis adalah untuk mengembangkan industri roti tradisional di Indonesia agar dapat dikenal lebih banyak orang dan membuat budaya kita bisa tetap bertahan dalam zaman yang dinamis ini. Tidak lupa roti buaya yang dijual di *CrocoBread* berbeda ukurannya dengan roti - roti buaya pada umumnya, dengan ukuran yang lebih kecil maka roti ini dapat dinikmati kapan saja sebagai cemilan ataupun pelengkap dalam acara - acara keluarga.

### Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Gary Amstron (2012:314) “*Price is the amount of money charged for product or a service. More broadly, price is the sum of all the values that customers give up to gain the benefits of having or using a product or service.*”

Harga adalah alat yang digunakan untuk memposisikan nilai (*value*) dari produknya di dalam masyarakat, sebuah produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menentukan harga yang ditetapkan dan mendapatkan laba besar. Harga juga merupakan senjata yang ampuh bagi pengusaha untuk menarik konsumen datang berbelanja. Menurut Kotler dan Gary Amstron (2012:315) faktor - faktor yang dipertimbangan dalam menetapkan harga dibagi menjadi tiga, yaitu:

#### 1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value Based Pricing*)

Merupakan penetapan harga berdasarkan manfaat dan harga produk. Semakin tinggi manfaat produk dan semakin rendah harganya maka akan semakin tinggi nilai produk tersebut. Manfaat dapat berupa kualitas, kehandalan, prestis, keistimewaan, pelayanan dan sebagainya. Penetapan harga berdasarkan nilai menetapkan harga berdasarkan pada persepsi pembeli tentang nilai, bukan semata pada biaya yang ditanggung penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar - benar tepat antar kualitas dan layanan yang baik yang ditetapkan pada harga yang wajar.

#### 2. Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost Based Pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Sebuah metode penetapan harga di mana harga jual barang tercipta dari Menambahkan biaya laba (*mark-up*) ke biaya produk. Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *mark-up*, berikut adalah langkah - langkah dalam menentukan harga:

- a. Harga pokok per unit = biaya variabel + (biaya tetap / jumlah penjualan)
- b. Harga dengan *mark-up* = harga pokok per unit / (1- laba penjualan yang diinginkan)

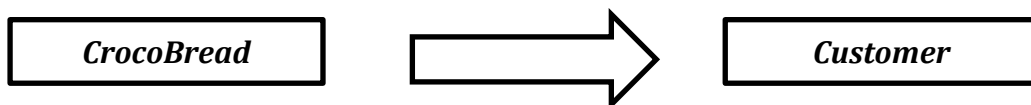
#### 3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga - harga yang ditetapkan oleh para pesaing di dalam pasar untuk produk yang sama. Harga yang ditetapkan tidak didasari biaya maupun nilai dari produk.

Metode penetapan harga mempersempit kisaran harga yang ditargetkan oleh perusahaan dan dalam memilih harga ini perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti dampak kegiatan pemasaran perusahaan lain, dampak kebijakan penetapan harga perusahaan dan juga risiko dari kebijakan harga yang diambil.

Berdasarkan teori - teori di atas, Croco Bread memilih penetapan harga berdasarkan nilai yang didapat oleh konsumen (*value based pricing*) agar konsumen dapat merasa terpuaskan oleh produk yang ditawarkan.

**Gambar 1**  
**Zero Level Channel**



### Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dan jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan dalam sudut pandang konsumen, promosi berguna untuk penerimaan informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan perusahaan dan juga sebagai salah satu faktor pertimbangan untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:505), yang dimaksud dengan promosi penjualan adalah kumpulan alat-alat intensif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

Berikut adalah alat – alat promosi yang dimanfaatkan sebagai perangkat promosi *CrocoBread*, yaitu:

#### 1. *Social Media*

*Social Media* ini menjadi media promosi yang sangat baik bagi *CrocoBread* karena para pembeli atau *Buyer* kami sudah sangat familiar dengan *gadget* dan *social-social media*. Sehingga hal ini memberikan dampak yang sangat positif dan dengan cepatnya penyebaran informasi melalui *social media* membuat efektif dan efisien untuk promosi kami.

#### 2. *Flyers* / Brosur

Media cetak yang diterbitkan setiap dilakukan *bazaar* dan pemesanan *delivery* oleh *CrocoBread* untuk disebarkan kepada konsumen. Brosur ini biasanya berisi tentang barang update terbaru serta promosi yang akan diberikan pada bulan ini.

#### 3. *Word of Mouth*

Promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara yang efisien karena selain memberikan kesan seperti *testimonial* produk, kita juga tidak perlu mengeluarkan biaya. Jika *Online Store* kami sudah mendapatkan *image* atau persepsi enak dan terjangkau di mata konsumen, maka akan dengan mudah dan cepat menjadi terkenal di dalam lingkungan itu.

#### 4. Promosi Bulanan

Setiap bulannya kami akan memberikan promosi menarik untuk beberapa jenis barang tertentu. Dan promosi ini biasanya hanya berlangsung sekitar 2 minggu. Dari promosi ini konsumen mendapatkan potongan harga langsung atau menerima bonus produk.

### Objek Penelitian

*CrocoBread* adalah karena ingin menciptakan suatu produk unik yang memiliki varian rasa lezat serta dapat dikonsumsi oleh orang banyak. Karena untuk masa depannya akan banyak lagi variasi yang unik dalam industri makanan, sehingga pada saat - saat perkenalan inilah *CrocoBread* ikut serta dalam proses revolusi rasa dalam industri makanan dan menjadi bisnis roti yang berkembang, sukses serta menjadi bisnis yang *sustainable*. Lokasi produksi seluruh produk *CrocoBread* sehari - hari bertempat di rumah pemilik yaitu di Jl. Sunter Hijau Raya Blok E2 no 21, Jakarta Utara 14350.

### Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan merupakan anggaran yang dirancang untuk penyelenggaraan sebuah usaha yang akan dijalankan. Proyeksi keuangan secara umum memberi gambaran mengenai sirkulasi keuangan sebuah perusahaan, prediksi pengeluaran, anggaran modal dan sebagainya. Segala sesuatu yang menyangkut pembiayaan penyelenggaraan sebuah

usaha akan tertuang di dalam sebuah proyeksi keuangan. Proyeksi keuangan dapat memperkirakan jumlah biaya yang mungkin timbul, proyeksi pendapatan yang akan dihasilkan untuk periode tertentu, dan dapat digunakan untuk memperkirakan kemampuan dalam pengembalian pinjaman.

### 1. Proyeksi Laporan Laba-Rugi

Laporan laba rugi Menurut Tim Kwik Kian Gie School of Business (2012:35), laporan laba rugi menunjukkan penyebab peningkatan atau penurunan modal sendiri perusahaan dalam satu periode tertentu. Laporan yang mengukur keberhasilan operasi perusahaan selama periode waktu tertentu laporan laba rugi berfungsi untuk mengetahui apakah perusahaan atau bisnis yang dijalankan mengalami keuntungan atau kerugian, yaitu dengan rumus pendapatan dikurangi beban sama dengan untung atau rugi. Laporan laba rugi *CrocoBread* tahun 2022 – 2026 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1**  
**Proforma Laba Rugi *CrocoBread* Tahun 2022 - 2026**  
**(dalam Rupiah)**

	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Penjualan</b>	<b>Rp1,132,400,000</b>	<b>Rp1,245,640,000</b>	<b>Rp1,370,200,000</b>	<b>Rp1,507,220,000</b>	<b>Rp1,657,940,000</b>
<b>Biaya Variabel</b>					
Biaya Bahan Baku	Rp234,168,000	Rp257,584,800	Rp283,343,280	Rp311,677,608	Rp342,845,369
Biaya Perlengkapan	Rp174,840,000	Rp192,324,000	Rp211,556,400	Rp232,712,040	Rp255,983,244
Biaya Air	Rp3,600,000	Rp3,960,000	Rp4,356,000	Rp4,791,600	Rp5,270,760
Biaya Listrik	Rp6,000,000	Rp6,600,000	Rp7,260,000	Rp7,986,000	Rp8,784,600
Biaya Internet	Rp3,600,000	Rp3,960,000	Rp4,791,600	Rp4,791,600	Rp5,270,760
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp422,208,000</b>	<b>Rp464,428,800</b>	<b>Rp511,307,280</b>	<b>Rp561,958,848</b>	<b>Rp618,154,733</b>
<b>Margin Kontribusi</b>	<b>Rp710,192,000</b>	<b>Rp781,211,200</b>	<b>Rp858,892,720</b>	<b>Rp945,261,152</b>	<b>Rp1,039,785,267</b>
<b>Biaya Tetap</b>					
Biaya gaji	Rp184,500,000	Rp203,060,000	Rp223,366,000	Rp245,702,600	Rp270,272,860
Biaya pemasaran	Rp5,500,000	Rp6,050,000	Rp6,655,000	Rp7,315,800	Rp8,056,000
Biaya penyusutan peralatan	Rp23,138,000	Rp23,138,000	Rp23,138,000	Rp23,138,000	Rp23,138,000
Biaya sewa tempat	Rp192,000,000	Rp211,200,000	Rp232,320,000	Rp255,552,000	Rp281,107,200
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp405,138,000</b>	<b>Rp443,448,000</b>	<b>Rp485,479,000</b>	<b>Rp531,708,400</b>	<b>Rp582,574,060</b>
<b>EBT</b>	<b>Rp305,054,000</b>	<b>Rp337,763,200</b>	<b>Rp373,413,720</b>	<b>Rp413,552,752</b>	<b>Rp457,211,207</b>
Pajak (1%Omzet)	Rp11,324,000	Rp12,456,400	Rp13,702,000	Rp15,072,200	Rp16,579,400
<b>EAT</b>	<b>Rp293,730,000</b>	<b>Rp325,306,800</b>	<b>Rp359,711,720</b>	<b>Rp398,480,552</b>	<b>Rp440,631,807</b>

sumber: *CrocoBread*

### 2. Proyeksi Laporan Arus Kas

Aliran kas (*cash flow*) merupakan aliran pemasukan dan pengeluaran kas yang mengubah kondisi kas proyek atau perusahaan setiap periode pembukuan (bulan, triwulan, semester, atau tahun). Aliran kas masuk (*cash inflows*) dapat bersumber dari

aktifitas *financing* (bantuan pinjaman oleh pihak luar), hasil penjualan produk, ataupun investasi oleh pihak lain. Aliran kas keluar (*cash outflows*) diakibatkan oleh pembiayaan - pembiayaan yang dilakukan. Dengan demikian, aliran kas secara sederhana merupakan pergerakan keluar dan masuknya kas ke suatu bisnis atau proyek pada periode tertentu sehingga menggambarkan perubahan kondisi kas proyek atau bisnis tersebut dari satu periode ke periode berikutnya. Selain itu, *cash flows* dapat juga mewakili proyeksi aliran kas suatu peluang bisnis atau investasi yang menggambarkan jumlah dan saat terjadinya pemasukan (*income* atau *revenue*) dan pengeluaran (*expenditure* atau *cost*) selama *life cycle* dari proyek atau investasi tersebut. Proyeksi laporan arus kas *CrocoBread* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Arus Kas Masuk					
Modal Awal	Rp200,000,000.00				
Penerimaan Tunai	Rp1,132,400,000.00	Rp1,245,640,000.00	Rp1,370,200,000.00	Rp1,507,220,000.00	Rp1,657,940,000.00
<b>Total Arus Kas Masuk</b>	<b>Rp1,332,400,000.00</b>	<b>Rp1,245,640,000.00</b>	<b>Rp1,370,200,000.00</b>	<b>Rp1,507,220,000.00</b>	<b>Rp1,657,940,000.00</b>
Arus Kas Keluar					
Peralatan	Rp115,690,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Biaya Bahan Baku	Rp234,168,000.00	Rp257,584,800.00	Rp283,343,280.00	Rp311,677,608.00	Rp342,845,369.00
Biaya Perlengkapan	Rp174,840,000.00	Rp192,324,000.00	Rp211,556,400.00	Rp232,712,040.00	Rp255,983,244.00
Biaya Air	Rp3,600,000.00	Rp3,960,000.00	Rp4,356,000.00	Rp4,791,600.00	Rp5,270,760.00
Biaya Listrik	Rp6,000,000.00	Rp6,600,000.00	Rp7,260,000.00	Rp7,986,000.00	Rp8,784,600.00
Biaya Internet	Rp3,600,000.00	Rp3,960,000.00	Rp4,791,600.00	Rp4,791,600.00	Rp5,270,760.00
Biaya Gaji	Rp184,500,000.00	Rp203,060,000.00	Rp223,366,000.00	Rp245,702,600.00	Rp270,272,860.00
Biaya Pemasaran	Rp5,500,000.00	Rp6,050,000.00	Rp6,655,000.00	Rp7,315,800.00	Rp8,056,000.00
Biaya Sewa Tempat	Rp192,000,000.00	Rp211,200,000.00	Rp232,320,000.00	Rp255,552,000.00	Rp281,107,200.00
Pajak	Rp11,324,000.00	Rp12,456,400.00	Rp13,702,000.00	Rp15,072,200.00	Rp16,579,400.00
<b>Total Arus Kas Keluar</b>	<b>Rp931,222,000.00</b>	<b>Rp897,195,200.00</b>	<b>Rp987,350,280.00</b>	<b>Rp1,085,601,448.00</b>	<b>Rp1,194,170,193.00</b>
<b>Arus Operasi</b>	<b>Rp401,178,000.00</b>	<b>Rp348,444,800.00</b>	<b>Rp382,849,720.00</b>	<b>Rp421,618,552.00</b>	<b>Rp463,769,807.00</b>
Saldo Kas Awal		Rp401,178,000.00	Rp749,622,800.00	Rp1,132,472,520.00	Rp1,554,091,072.00
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>Rp401,178,000.00</b>	<b>Rp749,622,800.00</b>	<b>Rp1,132,472,520.00</b>	<b>Rp1,554,091,072.00</b>	<b>Rp2,017,860,879.00</b>

Sumber: *CrocoBread*

### 3. Proyeksi Neraca

Neraca memiliki dua sisi, yaitu aktiva disebelah kanan dan utang serta modal berada di posisi sebelah kiri. Sisi aktiva disusun berdasarkan tingkat likuiditasnya (seberapa cepat aktiva tersebut dijadikan kas), sedangkan sisi utang dan modal disusun berdasarkan jangka waktu pembayaran atau pelunasannya. Proyeksi neraca *CrocoBread* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
aktiva lancar					
Kas	Rp401,178,000	Rp749,622,800	Rp1,132,472,520	Rp1,554,091,072	Rp2,017,860,879
Persediaan Bahan Baku					
Perlengkapan					
<b>Total Aktiva Lancar</b>	<b>Rp401,178,000</b>	<b>Rp749,622,800</b>	<b>Rp1,132,472,520</b>	<b>Rp1,554,091,072</b>	<b>Rp2,017,860,879</b>
<b>Aktiva Tetap</b>					
Peralatan	Rp115,690,000	Rp115,690,000	Rp115,690,000	Rp115,690,000	Rp115,690,000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp(23,138,000)	Rp(46,276,000)	Rp(69,414,000)	Rp(92,552,000)	Rp(115,690,000)
Total Aktiva Tetap Berwujud	Rp92,552,000	Rp69,414,000	Rp46,276,000	Rp23,138,000	Rp-
<b>TOTAL AKTIVA</b>	<b>Rp493,730,000</b>	<b>Rp819,036,800</b>	<b>Rp1,178,748,520</b>	<b>Rp1,577,229,072</b>	<b>Rp2,017,860,879</b>
<b>Passiva</b>					
Modal Usaha	Rp200,000,000	Rp200,000,000	Rp200,000,000	Rp200,000,000	Rp200,000,000
Laba Ditahan	Rp293,730,000	Rp619,036,800	Rp978,748,520	Rp1,377,229,072	Rp1,817,860,879
<b>TOTAL PASSIVA</b>	<b>Rp493,730,000</b>	<b>Rp819,036,800</b>	<b>Rp1,178,748,520</b>	<b>Rp1,577,229,072</b>	<b>Rp2,017,860,879</b>

Sumber: *CrocoBread*

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Laba Ditahan Awal		Rp293,730,000	Rp619,036,800	Rp978,748,520	Rp1,377,229,072
Laba / Rugi	Rp293,730,000	Rp325,306,800	Rp359,711,720	Rp398,480,552	Rp440,631,807
<b>Laba Ditahan Akhir</b>	<b>Rp293,730,000</b>	<b>Rp619,036,800</b>	<b>Rp978,748,520</b>	<b>Rp1,377,229,072</b>	<b>Rp1,817,860,879</b>

sumber: *CrocoBread*

### Analisis Kelayakan Usaha

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan empat indikator penilaian. Indikator tersebut terdiri dari perhitungan *Break Event Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP). *CrocoBread* memiliki kelayakan sebagai usaha baru yang menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan BEP, NPV, IRR, dan PP berikut ini.

#### 1. Analisis *Break-Even-Point* (BEP)

Untuk menetapkan suatu kebijakan, umumnya pemimpin organisasi (khususnya organisasi yang bertujuan mencari laba) mendasarkan keputusannya pada hasil analisis. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan adalah analisis titik pulang pokok / *Break Event Point*. Menurut Blocher *et al* (2013:311), *BEP* atau *Break Even Point* adalah titik di mana pendapatan biaya total dengan laba operasi adalah nol.

Rumus yang digunakan dalam penentuan *Break Event Point* adalah sebagai berikut :

$$\text{Break Event Point} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \left( \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}} \right)}$$

Berikut ini adalah hasil perhitungan analisis BEP (dalam rupiah ) pada *CrocoBread*:

**Tabel 4**

**Break Even Point**

Tahun	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Penjualan	BEP
2022	Rp405,138,000	Rp422,208,000	Rp1,132,400,000	Rp645,991,888
2023	Rp443,448,000	Rp464,428,800	Rp1,245,640,000	Rp707,077,122
2024	Rp485,479,000	Rp511,307,280	Rp1,370,200,000	Rp774,489,421
2025	Rp531,708,400	Rp561,958,848	Rp1,507,220,000	Rp847,809,659
2026	Rp582,574,060	Rp618,154,733	Rp1,657,940,000	Rp928,915,679

sumber: *CrocoBread*

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

Ada dua aturan dalam menggunakan NPV, yaitu terima investasi tersebut bila memiliki nilai NPV positif dan tolak investasi tersebut bila bernilai negatif. Menurut Blocher *et al* (2013:471), *Net Present Value* merupakan perbedaan antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan arus kas keluar dari suatu proyek.

Lebih lanjut, menjelaskan ada tiga kriteria dari NPV, yaitu :

- NPV menggunakan perhitungan arus kas. Arus kas sendiri dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pembayaran dividen, pembayaran beban bunga, dan lainnya. NPV tidak menggunakan *net income* karena *net income* tidak dapat digunakan untuk proyeksi penganggaran karena tidak mencerminkan kas.
- NPV menggunakan semua arus kas dari suatu proyek, sedangkan ada beberapa alternatif lain yang mengabaikan arus kas sama sekali.
- NPV menggunakan nilai waktu dari uang



**Tabel 5**  
**Arus Kas Bersih**

Tahun	laba setelah pajak	penyusutan peralatan	cash in flow
2022	Rp293,730,000	Rp23,138,000	Rp316,868,000
2023	Rp325,306,800	Rp23,138,000	Rp348,444,800
2024	Rp359,711,720	Rp23,138,000	Rp382,849,720
2025	Rp398,480,552	Rp23,138,000	Rp421,618,552
2026	Rp440,631,807	Rp23,138,000	Rp463,769,807

sumber: *CrocoBread*

Tingkat suku bunga yang digunakan *CrocoBread* adalah sebesar 13.01% sesuai dengan rata-rata tingkat suku bunga kredit rupiah investasi bank swasta pada tahun 2021.

Rumus untuk mencari NPV adalah :

$$NPV = \sum_{t=0}^n = CIF \left( \frac{1}{1+i} \right)^n$$

i : biaya modal proyek

t : periode waktu

n : usia proyek

**Tabel 6**  
**Net Present Value**

Tahun	Net Cash Flow	DF (13.01%)	PV of NCF
2022	Rp316,868,000	0.88487744	Rp280,389,346
2023	Rp348,444,800	0.78300809	Rp272,835,098
2024	Rp382,849,720	0.69286620	Rp265,263,630
2025	Rp421,618,552	0.61310167	Rp258,495,039
2026	Rp463,769,807	0.54251984	Rp251,604,322
<b>Total PV</b>			<b>Rp1,328,587,435</b>
<b>Initial Investment</b>			<b>Rp200,000,000</b>
<b>Net Present Value</b>			<b>Rp1,128,587,435</b>

sumber: *CrocoBread*

Nilai NPV yang diperoleh *CrocoBread* adalah Rp 1.268.730.523 > 0, yang berarti NPV bernilai positif sehingga usaha *CrocoBread* layak untuk dijalankan.

### 3. Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Blocher *et al* (2013:473), *IRR* atau *Internal Rate of Return* adalah perkiraan tingkat sebenarnya dari pengembalian investasi. *IRR* didefinisikan sebagai tingkat pengembalian yang menghasilkan *NPV nol*. *IRR* digunakan perusahaan sebagai batas untuk pengambilan keputusan. Jika *IRR* yang didapat ternyata lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka investasi dapat diterima. Perhitungan *IRR* dapat dilakukan dengan trial dan error hingga bertemu nilai *NPV nol*.

Rumus :

$$Internal\ Rate\ of\ Return = Ir + \frac{NPV\ Ir}{NPV\ Ir - NPV\ It} \times (It - Ir)$$

\*It = Bunga tinggi

\*Ir = Bunga rendah

Berikut adalah perhitungan *Internal Rate of Return CrocoBread*:

**Tabel 7**  
**Internal Rate of Return**

Tahun	Net Cash Flow	DF 13.01%	PV of NCF	DF (167%)	PV of NCF
2022	Rp316,868,000	0.88487744	Rp280,389,346	0.374531835	Rp118,677,154
2023	Rp348,444,800	0.783008092	Rp272,835,098	0.140274096	Rp48,877,779
2024	Rp382,849,720	0.692866199	Rp265,263,630	0.052537114	Rp20,113,820
2025	Rp421,618,552	0.613101672	Rp258,495,039	0.019676822	Rp8,296,113
2026	Rp463,769,807	0.54251984	Rp251,604,322	0.007369596	Rp3,417,796
<b>Total PV</b>			<b>Rp1,328,587,435</b>		<b>Rp199,382,662</b>
<b>Initial Investment</b>			<b>Rp200,000,000</b>		<b>Rp200,000,000</b>
<b>Net Present Value</b>			<b>Rp1,128,587,435</b>		<b>Rp(617,338)</b>

$$IRR = 13.01\% + \left( \frac{1,128,587,435}{1,128,587,435 + (617,338)} \right) \times (167\% - 13.01\%)$$

$$= 166.78\%$$

Dari hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa IRR *CrocoBread* sebesar 166.78%. Sedangkan, tingkat bunga yang diharapkan adalah 13.01% maka dapat disimpulkan bahwa investasi ini menguntungkan atau layak karena  $IRR > Rate\ of\ Return$

**4. Payback Period (PP)**

Menurut Blocher Edward J. *et al* (2013:484), *payback period* adalah lamanya jangka waktu yang dibutuhkan arus kas masuk untuk memulihkan pengeluaran investasi awal. *Payback Period* merupakan metode untuk mengetahui kapan terjadi balik modal atau BEP dalam hitungan waktu. Metode ini mendasarkan perhitungan pada arus kas

investasi. Dalam metode ini akan dihitung berapa lama arus kas masuk dapat menutupi aliran kas keluar yang digunakan untuk investasi awalnya. Rumus periode pengembalian dapat dilihat di bawah ini.

Rumus :

$$Payback\ Period = \frac{Initial\ Investment}{Net\ Cash\ Flow} \times 12\ bulan$$

**Tabel 8**  
*Payback Period CrocoBread*

Tahun	Net Cash Flow	Initial Investment	saldo payback
2022	Rp316,868,000	Rp(200,000,000)	Rp116,868,000
2023	Rp348,444,800		Rp465,312,800
2024	Rp382,849,720		Rp848,162,520
2025	Rp421,618,552		Rp1,269,781,072
2026	Rp463,769,807		Rp1,733,550,879

$$\begin{aligned}
 Payback\ Period &= \left( \frac{200,000,000}{316,868,000} \right) \times 12\ bulan \\
 &= 7\ bulan + (0.58 \times 30\ hari) \\
 &= 7\ bulan + 17\ hari
 \end{aligned}$$

Menurut perhitungan di atas, diperkirakan *CrocoBread* akan mencapai titik balik modal dalam waktu 7 bulan 17 hari. Ini membuktikan bahwa usaha *CrocoBread* layak karena periode pengembalian masih di bawah 5 tahun.

**Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha**

**Tabel 9**  
**Kesimpulan Kelayakan Investasi**

Instrumen Analisis	Hasil Analisis	Batasan Minimal	Keterangan
<i>Break even point</i>	Rp 645,991,888	< pendapatan	Layak
<i>Net Present Value</i>	Rp 1,128,587,435	> 0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	166,78%	13,01%	Layak
<i>Payback Period</i>	7 bulan 17 hari	5 tahun	Layak

sumber: *CrocoBread*

### Simpulan

*CrocoBread* merupakan perusahaan yang termasuk dalam industri roti yang memiliki tujuan untuk memperoleh laba dan menyediakan kebutuhan roti yang unik bagi konsumen. Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:255) "*a Brand is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of these, that identifies the maker or seller of a product or service.*" yang artinya merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang mengidentifikasi pembuat atau penjual dari produk atau jasa tersebut. Untuk nama yang dipilih, nama *CrocoBread* berasal dari bahasa Inggris yaitu *Croco* (buaya) dan *Bread* (roti) nama ini dipilih karena melambangkan jenis produk yang dijual secara jelas. *CrocoBread* merupakan perusahaan perseorangan yang melakukan kegiatan Produksi di Jl. Sunter Hijau Raya blok E2 no 21, Jakarta Utara dan menjual produknya pada saat *event - event bazaar* dan juga secara *online*.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku Teks

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan : Teori Praktik dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 10, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*, Edisi 14, United States: Pearson Education. Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan : Teori Praktik dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Weygandt, J. K., Paul, & Kieso, D. (2016). *Financial Accounting*, Edisi 3, IFRS Edition, United States : John Wiley & Sons, Inc.

Husnan, S. & Muhammad, S. (2014). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*, Edisi 5, Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). Business Essentials, Edisi 11, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2014). The Essentials of Risk Management, Edisi 2, United States: Mc Graw Hill Education.

### **Sumber Website**

Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara (2019), Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kelurahan dan Kecamatan di Kota Jakarta Utara 2019, diakses pada Februari 2021,

<https://jakutkota.bps.go.id/indicator/12/213/1/penduduk-laju-pertumbuhan-penduduk-distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk-rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kelurahan-dan-kecamatan-di-kota-jakarta-utara.html>

Bank Indonesia (2019), Kriteria UMKM, diakses pada Februari 2021, <http://bi.go.id/id/tentangbi/uubi/documets/UU20Tahun2008UMKM.pdf>

Kemas, R (2020), Melirik Usaha Rice Box Yang Kini Sedang Berjaya, diakses pada Maret 2021,

<https://bisnisukm.com/melirik-usaha-rice-box-yang-kini-sedang-berjaya.html>

Badan Pusat Statistika (2020), Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, diakses pada Februari 2021,

<https://www.bps.go.id/statistictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2006-2020.html>

Badan Pusat Statistika (2020), Pendapatan per Kapita Indonesia Capai Rp 59 Juta Pada 2019, diakses pada Februari 2021,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/pendapatan-per-kapita-indonesia-capai-rp-59-juta-pada-2019>

Pajak (2016), Cara Daftar NPWP Online, Online-pajak.com, diakses pada April 2021, <https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orangpribadi>

**Dinas PM & PTSP Provinsi DKI Jakarta (2021), Detail Perizinan: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil Perorangan Baru, diakses pada Juni 2021,**  
<http://pelayanan.jakarta.go.id/site/detailperizinan/571>

Sandi, F, CNBC Indonesia (2020), 5 Gubernur ini Naikkan UMP 2021, Wilayah Kamu Salah Satunya?, diakses pada Juni 2021,  
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20201103111629-4-198878/5-gubernur-ini-naikkan-ump-2021-wilayah-kamu-salah-satunya>

Nabilla, F, Suara.com (2021), Rincian Tarif Listrik PLN per KWH April – Juni, diakses pada Juli 2021,

<https://www.suara.com/news/2021/03/11/090541/rincian-tarif-listrik-pln-per-kwh-april-juni-2021?page=all>

PT Aetra Air Jakarta (2021), Info Tarif Biaya Pelanggan, diakses pada Juli 2021,  
[https://aetra.co.id/info\\_pelanggan/info\\_tarif\\_biaya](https://aetra.co.id/info_pelanggan/info_tarif_biaya)

Indihome (2021), *Paket Dual Play*, diakses pada Juli 2021,

<https://www.indihome.co.id/>

Fitriya, Klikpajak.id (2021), Siapakah Yang Boleh Menggunakan Tarif PPh Final PP No 23 Tahun 2018?, diakses pada Agustus 2021,

<https://klikpajak.id/tarif-pph-final-pp-no-23-tahun-2018>

Bank Central Asia (2020), Produk Simpanan Tahapan BCA, diakses pada Juli 2021,  
<https://www.bca.co.id/id/Individu/Produk/Simpanan/tahapan>

Bank Central Asia (2020), Suku Bunga Dasar Kredit, diakses pada Agustus 2021,  
<https://www.bca.co.id/individu/sarana/kurs-dan-suku-bunga/suku-bunga-dasar-kredit>

### **Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang**

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.