

# STUDI ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN BISNIS RESTORAN *ITALIAN HEALTY FOOD* “FABIO” DI SENOPATI JAKARTA

Wahyu Wijayanto<sup>1</sup>, Rochiyat Setiawan<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Perhotelan, Politeknik Jakarta Internasional, Jakarta, Indonesia

\*Email koresponden: rochiyat.stwn1978@gmail.com

Diterima 29 Agustus 2023, Disetujui 06 September 2023

## Abstrak

Pembahasan studi kelayakan bisnis sangat penting bagi calon pengusaha untuk merancang pelaksanaan usahanya khususnya konsep ini bagi yang memperhatikan gaya hidup sehat melihat banyak tumbuh dan berkembangnya *fast food* di Jakarta yang menghasilkan makanan yang tidak sehat. Proses Analisa Kelayakan bisnis tentunya sangat terkait dengan manajemen pengelolaan suatu usaha, dimana akan di Analisa dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan dan strategi – strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan suatu usaha. Analisa studi kelayakan bisnis bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak atau tidak. Restoran *Italian Healty Food “Fabio”* yang rencananya akan dibangun di Jl Senopati No 33A Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa aspek keuangan dikatakan layak, dengan nilai *Payback Period* (PP) 2 tahun 12 bulan dan 12 hari, Nilai *Net Present Value* (NPV) 12.089.931.90005 nilai *Profitability Index* (PI) 6,51%, nilai *Break Event Point* (BEP) tahun pertama sebesar Rp 1.521.420.754,-, nilai *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 17.98%,- IRR dimana lebih besar dari suku bunga pinjaman dan lebih tinggi dari 6,79% WACC sehingga dapat dikatakan investasi ini layak untuk dijalankan.

**Kata kunci :** Studi kelayakan bisnis, Restoran Sehat, Manajemen Pengelolaan Usaha, Strategi Pemasaran, Aspek Keuangan

## Abstract

*The discussion of a business feasibility study is very important for prospective entrepreneurs to design their business implementation, especially this concept for those who pay attention to a healthy lifestyle, seeing the growth and development of fast food in Jakarta which produces unhealthy food. The process of business feasibility analysis is certainly closely related to the management of a business, which will be analyzed from market aspects, technical aspects, management aspects and financial aspects and appropriate marketing strategies to achieve the goals of a business. Business feasibility study analysis aims to decide whether a business idea is feasible or not. Italian Healty Food Restaurant "Fabio" which is planned to be built on Jl Senopati No 33A South Jakarta. Based on the results of the analysis, it was found that the financial aspect was feasible, with a Payback Period (PP) of 2 years 12 months and 12 days, a Net Present Value (NPV) of 12,089,931,90005, a Profitability Index (PI) value of 6.51%, a Break Event Point value. (BEP) for the first year is Rp. 1,521,420,754,-, the Internal Rate of Return (IRR) is 17.98%,- IRR which is greater than the loan interest rate and higher than 6,79% WACC so that it can be said that this investment is feasible to run.*

**Keywords :** *Business feasibility study, Healthy Restaurant, Management of a Business, Marketing Strategy, Financial Aspects*

## PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis telah banyak dikenal oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang usaha. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan atau kesempatan tersebut yang dapat memberikan manfaat ekonomis bila diusahakan dan dijalankan. Kelayakan dapat diartikan apakah bisnis yang dijalankan akan memberikan manfaat dari pada biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan suatu bisnis dapat memberikan keuntungan dalam segi *financial* dan *non financial* baik untuk : *investor*, *kreditor* dan masyarakat luas.

Studi kelayakan bisnis sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan. Saat ini banyak tumbuh dan berkembang beberapa jenis restoran, baik restaurant *fastfood* maupun restaurant *dine in*, namun banyak disadari juga dengan bahwa saat ini orang rentan dengan berbagai penyakit tanpa melihat adanya *lifestyle*. Untuk restoran *febio* menyajikan makanan itali yang sehat dengan konsep *Italian Healty food*.

kota Jakarta Selatan lebih besar dibandingkan dengan wilayah lainnya dalam hal rata – rata pengeluaran perkapita sebulan untuk makanan dan bukan makanan. Akses untuk menuju ke daerah Senopati Jakarta Selatan terdapat beberapa jalan bebas hambatan yaitu jalan tol Gatot Subroto melintasi daerah Jakarta Selatan. Selain itu, terdapat satu tol yaitu tol lingkar dalam kota

yang menghubungkan kota Jakarta sehingga dari Jakarta barat dan Jakarta Timur dapat melewati tol ini.

Hunian perumahan yang terdapat di daerah Senopati Jakarta Selatan yaitu kompleks Widya Chandra, The Senopati, Apartement Senopati Suites, Residen 8 Senopati, Kebayoran Mansion, Senopati Penthouse, The Residence, Palem Residence, Senayan Golf Residence, Town House Sovereign. Dari target market dari *Italian Healty Food “Fabio”* adalah pelajar/ mahasiswa. Sekolah yang terdapat di daerah kawasan Jl Senopati Jakarta Selatan.

## KAJIAN TEORI

### Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan dengan berhasil. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Studi kelayakan bisnis dengan rencana bisnis (*businessplan*) berdasarkan sumber data penelitian, penyusun penelitian, tujuan dari studi kelayakan dan rencana bisnis, waktu penelitian, dan biaya yang dibutuhkan oleh masing – masing. Rusdiana (2014) Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam kondisi bisnis yang akan dijalankan dalam rangka ataupun bertujuan untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut.

Dampak tersebut dapat berupa dampak ekonomis, dan dapat juga yang bersifat sosial. Studi kelayakan disebut juga dengan analisis manfaat dan pengorbanan sosial (*cost and benefit analysis*) termasuk didalamnya semua manfaat dan pengorbanan sosial (*social cost and social benefit*). Pada umumnya suatu studi kelayakan proyek menyangkut 3 aspek, yaitu Menurut Husnan dan Muhammad, (2014) : Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi proyek itu sendiri, manfaat ekonomis bagi negara tempat proyek tersebut dilaksanakan dan manfaat ekonomis proyek tersebut bagi masyarakat.

#### A. Aspek-Aspek Studi Kelayakan

Aspek-aspek yang diteliti dalam studi kelayakan menurut Kotler *et.al*, (2003) adalah sebagai berikut :

1. Analisa Pasar Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Suliyanto (2010) mengatakan suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran jika ide bisnis tersebut dapat menghasilkan produk yang dapat diterima pasar (dibutuhkan dan diinginkan oleh calon konsumen) dengan tingkat penjualan yang menguntungkan. Secara spesifik analisis Menganalisis permintaan, menganalisis penawaran, menganalisis ketersediaan rekanan atas pemasok, menganalisis ketepatan strategi pemasaran.

#### 2. Analisa Kecenderungan Pasar

Menurut Morrison (2010), analisa kecenderungan pasar adalah kegiatan mencari pelanggan baru merupakan aktivitas yang terus menerus dilakukan pada pemasaran yang sedang berorientasi.

#### 3. Analisis Penawaran

Menurut McEachern (2006), Penawaran adalah hubungan antara harga dan jumlah barang yang disediakan. Analisis penawaran dibagi menjadi tiga yaitu analisis pesaing, analisis SWOT dan analisis *Five Forces Porter*.

#### 4. Analisis Pesaing

Menurut Morrison (2010), jenis pesaing adalah Menjenis pesaing pada industri perhotelan dan pariwisata dibagi menjadi tiga yaitu (1) pesaing langsung yang berarti pesaing yang memiliki jenis produk yang sama; (2) *substitute services* yang berarti pesaing dapat menggantikan; (3) pesaing tidak langsung yang berarti pesaing yang memiliki produk yang tidak sejenis.

#### 5. Analisa SWOT

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (2003) SWOT analisis adalah evaluasi secara keseluruhan dari sebuah perusahaan dapat dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Menurut Enz (2010), terdapat lima faktor utama yang dapat membuat persaingan antara industri menjadi tinggi yaitu: Terdapat banyak pesaing dalam industry, Industri bertumbuh secara perlahan Pertumbuhan industri

yang lambat dapat membuat tingginya tingkat persaingan antara industri, Produk dalam industri tidak mudah dibedakan Kurangnya diferensiasi dari sebuah produk, Biaya yang tinggi membuat industri memiliki tekanan dalam meningkatkan penjualan. waktu pendek sehingga industri akan memotong harga dalam biaya pemasaran untuk meningkatkan permintaan.

Menurut Enz (2010), terdapat tujuh faktor utama yang dapat membuat potensi pendatang baru menjadi tinggi yaitu: Skala ekonomi, kebutuhan modal Modal besar yang dibutuhkan sebagai pendatang baru, diferensiasi produk, Biaya yang tinggi, Akses pada penyaluran distribusi, sumber yang tidak ada bandingannya, kebijakan pemerintah.

Suliyanto (2010) beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

#### 1. *Discount Rate* atau *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*

Discount rate merupakan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang diharapkan oleh investor atau kreditor dalam keputusannya melakukan investasi. Biaya modal yang digunakan adalah biaya modal rata – rata tertimbang *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*. Pada konsepnya, setiap komponen dari suatu

struktur modal memiliki biaya, dan WACC merupakan jumlah rata – rata dari seluruh biaya tersebut dengan mempertimbangkan proporsi komponen dalam struktur modal (Pratt,2011).

Kemudian menghitung *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* yang merupakan model keseimbangan yang menggambarkan hubungan risiko dan pengembalian (*return*) secara sederhana, dan hanya menggunakan satu variabel (disebut sebagai variabel  $\beta$ ) untuk menggambarkan risiko (Tandelilin, 2010).

##### a. *Payback Period*

Menurut DeFranco dan Lattin (2007), *payback period* adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal yang dikeluarkan.

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

Menurut DeFranco dan Lattin (2007), *Net present value* adalah perhitungan selisih antara nilai asset sekarang dengan jumlah pembelanjaan atau biaya pengembangan. Jika nilai asset pada saat itu lebih besar dari biaya, maka NPV positif (lebih dari nol) dan investasi layak untuk dijalankan.

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

IRR adalah faktor diskon yang membuat net present value suatu proyek menjadi nol. Jika IRR lebih besar dari WACC ( $IRR > WACC$ ) maka investasi layak, tetapi jika IRR lebih kecil dari WACC ( $IRR < WACC$ ), maka investasi tidak layak untuk dijalankan

##### d. *Profitability Index (PI)*

Profitability index adalah ukuran

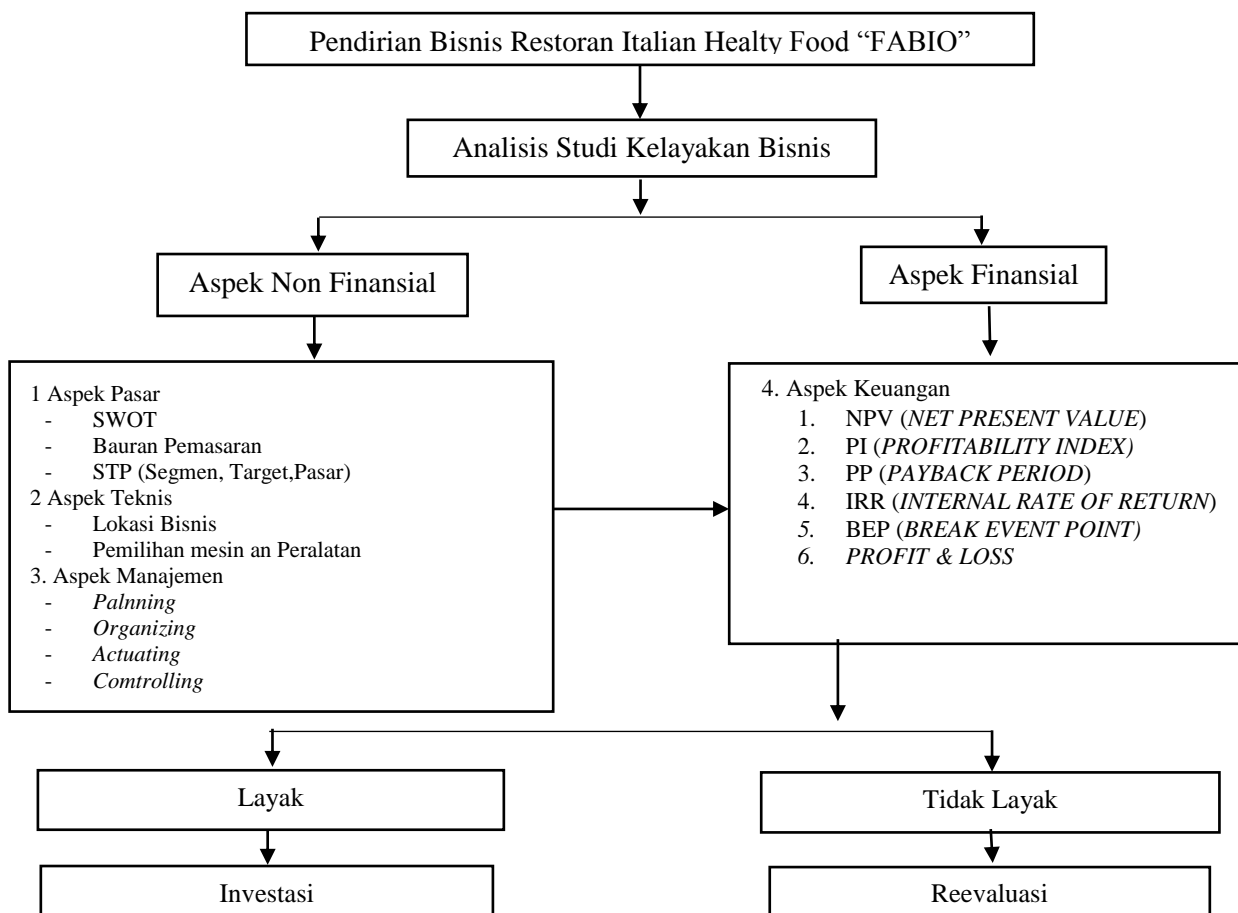
penganggaran modal tambahan yang berkaitan erat dengan nilai investasi sekarang. Jika nilai PI lebih besar dari 1, maka investasi layak untuk dijalankan karena dapat menghasilkan keuntungan.

2. *Proyeksi Arus Kas (Cash Flow Projected)*  
Menurut DeFranco dan Lattin (2007), *cash flow* adalah *Proyeksi arus kas* adalah sumber dan penggunaan keuangan. *Proyeksi* ini memperlihatkan arus kas dari kegiatan operasional.
3. *Analisis Titik Impas (Break-even Point)*  
Analisa titik impas adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan.

#### 4. Manajemen Risiko

Menurut Dorfman (2008), manajemen risiko adalah proses logis yang dilakukan oleh perusahaan dan individu dalam mengatasi kemungkinan terjadinya kerugian. Banyaknya risiko yang mungkin terjadi seperti aspek pemasaran, aspek produksi, aspek sumber daya manusia dan aspek finansial.

Menurut Lupiyoadi (2013) salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL (Servqual Quality.)* kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran  
Sumber: Sugiyono,2016.

## METODE

### Metode Penelitian Kualitatif

Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata. Data yang dianalisis di dalamnya berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti halnya pada penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto (1998, h.309) penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian itu dilakukan.

Jenis data penelitian adalah data primer dan sekunder (Sugiyono, 2012). Data primer diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif meliputi data mengenai aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan.

Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis *deskriptif*. Menurut Sugiyono (2012), analisis deskriptif berguna untuk menggambarkan variabel yang diteliti berfungsi untuk melukiskan dan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat ini didukung dengan fakta yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Pemasaran

Dalam sebuah bisnis diperlukan strategi-strategi jitu untuk memasarkan produk yang dijual. Dalam aspek pemasaran sendiri ternyata banyak hal yang perlu

dipertimbangkan untuk bisa menentukan sebuah strategi dalam menentukan strategi apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk yang akan dijual.

Untuk menjalankan usaha baru atau yang perlu diketahui oleh pengusaha adalah Strategi pemasaran yang mencakup aspek pemasaran seluruh rencana bisnis adalah riset pasar menguji kelayakan produk, digital marketing, *branding* dan *advertising*, *Corporate sales*, promosi, media relation, *public relation*, pemasaran retail.

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh adanya daya beli. Manusia memiliki keinginan yang tidak terbatas tetapi sumber yang terbatas. Mereka memilih produk yang sesuai dengan uang mereka dan untuk memuaskan keinginannya. Ketika keinginan didukung oleh adanya daya beli maka berubah menjadi permintaan. Dengan adanya keinginan dan kebutuhan dari setiap manusia maka terdapatnya permintaan terhadap produk maupun jasa sehingga para produsen berlomba-lomba memenuhi kebutuhan para pelanggan dengan membuka usaha sesuai dengan permintaan pelanggan dan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Analisis permintaan digunakan untuk mengetahui informasi mengenai permintaan pasar dan kebutuhan pelanggan terhadap produk atau jasa. Informasi-informasi mengenai permintaan dapat diperoleh melalui kuesioner. Untuk mencari pelanggan-pelanggan baru dan

mengetahui kelayakan dari sebuah usaha pada perhotelan dan pariwisata maka diperlukan survei untuk mendapatkan data mengenai pelanggan yang berpotensi dengan melakukan penyebaran kuesioner. Data dalam penyusunan kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yaitu profil responden dan baur pemasaran. Menurut Ho

(2014:336), kuesioner yang dibutuhkan adalah sebanyak 190 kuesioner yang diperoleh, dari jumlah pertanyaan indicator pada bagian baur pemasaran yang berjumlah 38 pertanyaan dikali lima. Sebanyak 197 kuesioner yang telah terisi dan telah uji reabilitas.

**Tabel 1.** Hasil Olahan Data Kuesioner terhadap Profil Responden

Pertanyaan	Pilihan	Responden	
		Jumlah	Persentasi (%)
Jenis Kelamin	Pria	103	51,8
	Wanita	94	48,2
Status Perkawinan	Belum Kawin	107	54,3
	Sudah Kawin	90	45,7
Umur	15-20 tahun	72	36,5
	21-25 tahun	18	9,1
	26-30 tahun	29	14,7
	31-35 tahun	23	11,7
	>35 tahun	55	27,9
Wilayah Tempat Tinggal	Jakarta Utara	4	2
	Jakarta Timur	12	6,1
	Jakarta Pusat	1	0,5
	Jakarta Selatan	91	46,2
	Jakarta Barat	15	7,6
	Lainnya	74	37,6
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	84	42,6
	Wiraswasta	28	14,2
	Karyawan swasta	82	41,6
	PNS/TNI/POLRI	3	1,5
Penghasilan Perbulan	2.500.000-4.999.999	38	19,3
	>5.000.000-7.500.000	19	9,6
	>7.500.000-10.000.000	20	10,2
	>10.000.000-15.000.000	32	16,2
	>15.000.000	25	12,7
	Lainnya	63	32

**Sumber :** Hasil Pengolahan Data 2022

### Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, *r* hitung diperoleh hasil *output*, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai *r table*

dari buku statistik. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua indicator yang digunakan untuk mengukur variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini

mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r$  table. Untuk sampel sebanyak 197 responden pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan  $r$

tael sebanyak  $> 0.361$  dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas dengan sampel sebanyak 197 responden.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan yang di sebar	Tidak Valid	Valid
<i>Product</i>	16	0	16
<i>Price</i>	3	0	3
<i>Package</i>	5	0	5
<i>Place</i>	3	0	3
<i>Promotion</i>	3	0	3
<i>People</i>	8	0	8
<i>Program</i>	2	0	2
<i>Packaging</i>	5	0	5
<i>Partnership</i>	3	0	3
<i>Facilities</i>	2	0	2

**Sumber :** Output SPSS yang telah diolah (2022)

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *product*, *price*, *package*, *place*, *promotion*, *People*, *program*,

*packaging*, *partnership* dan *facilities* tersebut dapat digunakan sebagai angket.

**Tabel 3.** Uji Reabilitas Olahan Data Kuesioner

Variabel	Cronbach's Alpha	No of Items	Keterangan
Baur Pemasaran	0,755	52	Reliabel

**Sumber :** Output SPSS yang telah diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3 mengenai uji reabilitas olahan data kuesioner, hasil *Cronbachs Alpha* terhadap baur pemasaran sebesar 0,755 yang  $>0,6$  dikatakan reliabel, dianggap dapat diterima sehingga pengukuran setiap baur pemasaran dalam kuesioner memiliki ukuran realibilitas yang sangat baik.

1. Pesaing restoran *Italian Healty Food "Fabio"* di wilayah Senopati Kebayoran Baru Jakarta Selatan di bagi menjadi 3 yaitu pesaing langsung yang memiliki jenis produk yang sama, pesaing tidak langsung yang berarti pesaing dapat menggantikan dan yang ketiga adalah pesaing tidak langsung yang berarti pesaing yang memiliki produk yang tidak sejenis.

pesaing pengganti *Italian Healty Food "Fabio"* adalah The Neighbourhood, Abuba Steak, Mo-Mo Pradise dan Pierre. Pesaing pengganti dari *Italian Healty Food "Fabio"* adalah pesaing yang menjual menu hidangan utama tetapi berbeda jenis dari makanan western, seperti American food, Asian food dan Italian food. Pesaing yang berpotensi paling tinggi yaitu Pierre dan Abuba Steak karena letak yang berdekatan dengan restoran *Italian Healty Food "Fabio"*.

2. Analisa SWOT (*Strenght, weakness, opportunity, threat*). Dalam merencanakan sebuah strategi perlu untuk membuat list hak-hal yang menjadi *strenght, weakness,*



*opportunity* dan *threat* agar bisa mendapatkan strategi yang diinginkan.

Berikut hasil analisis SWOT nya:

**Kekuatan (*Strength*):**

- 1) Memiliki lokasi yang strategis karena lokasinya yang terletak di antara daerah perkantoran SCBD dan daerah pemukiman Jakarta Selatan Senopati yang terus berkembang.
- 2) Menu *Italian Salad* dan *Pizza* makanan yang bervariasi dan memiliki cita rasa khas western Italian.
- 3) Konsep layanan dine in restoran *Italian Healty Food "Fabio"* dapat membuat Pelayanan sesuai dengan pemenuhan kebutuhan harapan pelanggan.

**Kelemahan (*Weakness*):**

- 1) *Brand* baru yang belum dikenal oleh pelanggan sehingga belum bisa untuk kuat bersaing dengan *brand* pesaing.
- 2) Harga sewa ruko yang relatif mahal di daerah Senopati Jakarta Selatan.
- 3) Menu makanan yang tersedia hanyalah menu makanan untuk hidangan Salad serta makanan utama dan belum tersedia tersedia inovasi hidangan penutup.

**Peluang (*Opportunities*):**

- 1) Pertambahan penduduk di daerah sekitar Senopati dan kawasan perkantoran SCBD dapat dijadikan sebagai peluang adanya calon pelanggan baru.
- 2) Gaya hidup saat ini yang tertarik mencoba makanan western seperti *Italian Healty Food "Fabio"*.
- 3) Banyaknya acara kuliner dan adanya social media yang mengekspos restoran

baru dengan keunikannya otentik Pizza.

**Ancaman (*Threat*):**

- 1) Munculnya pesaing baru dengan meniru konsep di daerah yang sama.
- 2) Permintaan pasar yang berubah sehingga membuat pelanggan merasa bosan.
- 3) Kondisi ekonomi yang saat ini seperti wabah *covid19* yang menjadikan tidak stabil daya beli customer.

*Competitive Rivalry within Industry*

Berdasarkan indikator-indikator menurut ENZ, persaingan restoran *Italian Healty Food "Fabio"* dengan industri lain adalah moderate karena: Tidak banyak pesaing yang memiliki konsep yang sama yang dimiliki restoran *Italian Healty Food "Fabio"* yaitu memiliki penjualan *salad* dan *pizza* dengan citarasa yang khas *otentik Italian pizza* dan pembuatan dressing salad serta topping pizza sesuai dengan keinginan masing-masing pelanggan dan terdapat satu pesaing langsung yang memiliki dan menjual produk yang sejenis yaitu pizza sebagai hidangan utama dari restoran.

a. *Bargaining Power of Suppliers*

Supplier yang akan menjadi pemasok di restoran *Italian Healty Food "Fabio"* untuk jenis sayuran kita memilih BABA Supplier, untuk buah kita memilih RAFE Fruits, untuk Dairy food kita memilih Diamond dan untuk supplier daging dan unggas kita memilih FS supplier. Pembayaran untuk semua supplier dilakukan secara tempo 30 hari setelah barang di antar oleh supplier

b. *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)*

1. Segmentasi. Masyarakat di Jakarta berusia 15-35 tahun untuk semua jenis kelamin dan terutama yang mementingkan hidup sehat Loyal untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan makanan sehat, mencari tamu dengan loyalitas tinggi, maka kami membuat sistem membership.
2. Target Pasar dari restoran *Italian Healty Food "Fabio"* adalah konsumen dengan pengeluaran sekali makan di restoran dengan minimal Rp 20.000,00 sampai Rp 250.000,00. Usia efektif.
3. Positioning merupakan pengembangan dari sebuah layanan dan baur pemasaran untuk penempatan yang spesifik yang ditanamkan dalam benak pelanggan yang menjadi target pasar pada restoran *Italian Healty Food "Fabio"*.
4. Marketing Mix/ Bauran Pemasaran meliputi Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Manusia (*People*),
5. Pengemasan (*Packaging*) Restoran *Italian Healty Food "Fabio"* akan berorientasi dalam pemasaran untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen setelah itu mengkombinasikan tujuan, layanan.
6. Pemrograman (*Programming*), Program-program yang dimiliki seperti menu special, hari hari kebesaran memperoleh informasi *monthly special menu* dan *monthly event* di wilayah Senopati Kebayoran Baru.

7. Kerja Sama (*Partnership*), Kerja sama yang dilakukan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sebagai usaha pemasaran pada industri perhotelan dan pariwisata.

### Aspek Finansial

#### 1. Kebutuhan dan Sumber Dana

Investasi awal merupakan kebutuhan utama untuk mendukung sebuah bisnis usaha. Membahas juga mengenai proyeksi penjualan, neraca, nilai investasi, *payback period*, dan tingkat efisiensi investasi. *Italian Healty Food "Fabio"* membutuhkan dana investasi awal sebesar Rp 2.000.000.000 dalam mendirikan usahanya. Investasi awal yang dibutuhkan terdiri dari *cash on hand, beginning inventory, supplies, renovation, equipment, rent expense, legal expense, social&labor, pre-operating expense, uniform expense dan marketing expense*. Berikut adalah perincian biaya mengenai investasi awal *Italian Healty Food "Fabio"*.

#### 2. Perkiraan Biaya Operasional

Biaya operasional yang berhubungan dengan operasional bisnis sehari-hari dan termasuk biaya untuk bahan makanan dan minuman, gaji, pemasaran, perbaikan dan perawatan dan utilitas. Biaya operasional yang diperlukan yaitu biaya depresiasi dan amortisasi, biaya pemasaran, biaya sewa, biaya perlengkapan, biaya perbaikan dan pemeliharaan, biaya gaji karyawan, biaya pelatihan, biaya BPJS, biaya pemasaran, biaya asuransi, biaya utilitas dan biaya operasional lainnya.

**Tabel 5.** Perkiraan Anggaran Biaya Pemasaran Promo

No	Keterangan	Total (Rp)1
1	Program discount on Eister eve, Chinese New Year, Valentine, Hallowee	15.000.000
2	Influencer	10.000.000
<b>Total</b>		<b>25.000.000</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2022)

**A. Perkiraan Pendapatan Usaha**

Di tahun pertama sebesar Rp 2.463.750.000,-. Hasil pendapatan didapat dengan cara 100 *Sitting capacity* dikali 365 hari dalam setahun lalu dikali 10 jam dalam sehari operasional restoran serta dikali 1 jam rata – rata tamu menghabiskan waktu di restoran lalu di kali 45% dari 100% *sitting capacity* di restoran dan dikali Rp 65.000,- rata – rata tamu menghabiskan

uang di restoran per orang untuk makanan dan Rp.45.000,-

Jumlah kapasitas didalam restoran sebanyak 100 kapasitas. Sehingga mendapatkan jumlah maksimal sebanyak 365.000 pelanggan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Jakarta, asumsi kenaikan penjualan sebesar 7,22% yang diperoleh dari laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

**Tabel 6.** Perkiraan Penghitungan Pendapatan Food & Beverages Pada Tahun Pertama

Laporan Tahun Pertama 2022	Sitting Capacity	Days Summary	Open hours	Averages hours guest conump	Sitting Averages% Guest Conump	Averages FB Per Cover	Revenue yearly 2022
Pendapatan Food Resotan	100.00	365.00	10.00	0.2	45%	45.000	1.478.250.000
Pendapatan Bevereges	100.00	365.00	10.00	0.2	45%	30.000	985.500.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2022)

**Tabel 7.** Perkiraan Pendapatan Bisnis Italian Healty Food “Fabio” Pada Tahun Pertama

Item	Total COGS (Rp)	Total Sales (Rp)
Food	443.475.000	1.478.250.000
Beverages	197.100.000	985.500.000
Total	640.575.000	2.463.750.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

**B. Proyeksi Rugi Laba**

Proyeksi rugi laba yang memperlihatkan hasil operasional suatu bisnis untuk periode tertentu, biasanya dalam 1 bulan, 3 bulan ataupun 1 tahun. Proyeksi rugi laba dapat memperlihatkan pendapatan, biaya operasional dan mengetahui keuntungan

atau kerugian dalam periode tertentu. Dalam laporan rugi laba terdapat beberapa komponen yaitu:

1. Pendapatan  
Pendapatan yang didapat oleh restoran *Italian Healty Food “Fabio”* pada tahun pertama sebesar Rp

2.463.750.000,- di dapat dari *food revenue* sebesar Rp 1.478.250.000,- dan *beverages revenue* sebesar Rp 985.500.000,- dalam periode 1 tahun.

## 2. *Cost of Good Sold (COGS)*

Biaya COGS restoran *Italian Healty Food "Fabio"* berasal dari harga pokok makanan per item dari makanan dan minuman.

## 3. Biaya operasional

Biaya operasional merupakan biaya yang diperlukan untuk kegiatan operasional restoran. *Italian Healty Food "Fabio"*. Biaya operasional yang dibutuhkan pada tahun pertama sebesar Rp 2.064.347.600,-

## 4. Biaya keuangan

Biaya keuangan merupakan biaya bunga yang harus dibayarkan kepada bank atas peminjaman modal. Biaya bunga efektif yang harus dibayarkan pada tahun pertama sebesar Rp 159.145.576 dengan suku bunga kredit flat 9.8% dan peminjaman berakhir pembayaran pada tahun kelima. Laba bersih  
Laba bersih merupakan keuntungan yang didapat setelah dikurangkan dengan seluruh biaya. Laba bersih dikurangkan dengan COGS, biaya operasional, biaya bunga dan biaya pajak pendapatan sehingga laba bersih yang didapat *Italian Healty Food "Fabio"* selama setahun sebesar Rp 212.316.990.

**Tabel 8.** Menghitung WACC Restoran *Italian Healty Food "Fabio"*

No	Keterangan	Nominal
1	Diketahui % modal sendiri 60%	1.200.000.000
2	Averages EAT	27,25%
3	% utang pinjam 40%	800.000.000
4	Bunga Kredit per tahun	9.80%
	Cara menyelesaikan	
	(60%*27,25)	16,35
	(40%*9,8%)	0,039+
	Dikethui	
	%ORI tertinggi (kompas.com)	5.57%
	% Reskasadana tertinggi (Bareksa.com)	15,74%
	%Sun (www.bo.go.id)	4,25%
	%Deposito LHBU BI	<u>4,88%</u>
	Average	7,61%
5	Diketahui, Modal sendiri 60%, Average investasi 7,26%, utang pinjaman 40%, Bunga kredit 9,8% per tahun	
6	Ketentuan Pajak Marginal PPH badan Ps 17 tahun 2021	
	Cara Penyelesaian	
	(60%*7,62)	4,57%
	(40%*9,8%)	<u>3,92%</u>
		8,49%
7	WACC 8,49%*(1-22%)	<b>6,79%</b>

**Sumber :** Hasil Pengolahan Data (2022)

**C. Proyeksi Arus Kas (Cash Flow Projected)**

Pemasukan kas restoran *Italian Healty Food “Fabio”* berasal dari penjualan makanan dan minuman sedangkan pengeluaran kas berasal dari biaya - biaya operasional yang diperlukan untuk kegiatan operasional, biaya bunga dan biaya pajak pendapatan. Arus kas bersih yang dimiliki restoran *Italian Healty Food “Fabio”* pada tahun pertama bernilai sebesar Rp 1.360.504.490,-

*Fixed cost* terdiri dari biaya depresiasi dan amortisasi, biaya pemasaran, biaya sewa, biaya perlengkapan, biaya perbaikan dan pemeliharaan, biaya gaji karyawan, biaya pelatihan, biaya BPJS, biaya asuransi, biaya operasional lain, biaya bunga, dan biaya pajak pendapatan. *Fixed cost* restoran *Italian Healty Food “Fabio”* pada tahun pertama sebesar Rp

859.907.010,-. *Variable cost* terdiri dari *cost of good sold* dan biaya utilitas restoran *Italian Healty Food “Fabio”*. *Variable cost* restoran *Italian Healty Food “Fabio”* pada tahun pertama berjumlah sebesar Rp 1.071.238.500. Penjualan total makanan dan minuman pada tahun pertama restoran *Italian Healty Food “Fabio”* sebesar Rp 2.463.750.000,- Sehingga berdasarkan penggunaan rumus yang digunakan dan perhitungan yang dilakukan maka nilai break-even point *Italian Healty Food “Fabio”* pada tahun pertama sebesar Rp 1.21.420.754. Berdasarkan analisis maka pada tahun pertama *Italian Healty Food “Fabio”* dinilai layak karena tingkat penjualan lebih tinggi dari nilai BEP harga dan dinilai layak karena kapasitas unit produksi (*seating capacity*) lebih tinggi dari nilai BEP unit.

**Tabel 9.** Menghitung *Payback Period Italian Healty Food “Fabio”*

Tahun	Investasi	Net	Kumulatif
		<b>Cash Flow</b>	
0	2.000.000.000	-	(2.000.000.000)
1		1.360.504.490	(639.495.510)
2		3.838.621.279	3.199.125.769
3		7.054.459.964	10.253.585.732
4		12.931.435.002	23.185.020.734
5		19.352.848.329	42.537.869.064
	PP	2.17	

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasar *payback period Italian Healty Food “Fabio”* Investasi akan kembali setelah 2,17 tahun atau 2 tahun 2 bulan 12 hari. Analisa berdasarkan perhitungan *payback Period* adalah bisnis ini di nyatakan layak karena *payback* periodenya lebih pendek daripada umur investasi. Perhitungan rumus

yang digunakan untuk *payback period* adalah

1. *Net Present Value (NPV)*

*Net present value* adalah perhitungan selisih antara nilai asset sekarang dengan jumlah pembelanjaan atau biaya pengembangan. Jika nilai asset pada saat itu lebih besar dari biaya, maka NPV

positif (lebih dari nol) dan investasi layak untuk dijalankan. Sebaliknya jika NPV negatif maka investasi tidak layak untuk dijalankan.

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

Menurut definisi di atas, IRR adalah faktor diskon yang membuat net present value suatu proyek menjadi nol. Jika IRR lebih besar dari 0 maka investasi layak, tetapi jika investasi  $<0$  artinya investasi tidak layak untuk dijalankan. Diketahui DF dari nilai investasi dibagi PV bersih 5 tahun adalah 33% penghitungan terlampir tabel diatas, dan jika di asumsikan DF dari nilai investasi dibagi PV bersih 5 tahun adalah 33% dikurangi 2 % menjadi 31%

- ## 3. Profitability Index (PI) Profitability index
- ukuran penganggaran modal tambahan yang berkaitan erat dengan nilai investasi jika dinyatakan PI adalah nilai  $PI > 1$ , maka investasi layak untuk dijalankan karena dapat menghasilkan keuntungan. Berdasarkan perhitungan PI restoran *Italian Healty Food "Fabio"* yang dapat didapat sebesar 6.51% sehingga investasi ini layak untuk di jalankan

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

*Italian Healty Food "Fabio"* merupakan jenis restoran *casual dining restaurant* dan menggunakan layanan *table service*. Dalam aspek pasar dan pemasaran, *Italian Healty Food "Fabio"* juga melakukan analisa SWOT dan analisa *five forces porter*, di mana hasil analisa menunjukkan bahwa *Italian Healty*

*Food "Fabio"* layak untuk dijalankan. Dalam aspek teknis membahas jenis aktivitas dan fasilitas, serta hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas agar kegiatan operasional dapat berlangsung secara efektif dan efisien.

Dalam aspek finansial membahas mengenai keuangan *Italian Healty Food "Fabio"*. Investasi awal yang dibutuhkan seperti kas, persediaan awal, perlengkapan, biaya renovasi, biaya sewa, biaya perizinan, biaya BPJS karyawan, biaya asuransi, biaya yang dibutuhkan sebelum kegiatan operasional, biaya seragam dan biaya pemasaran yang berjumlah sebesar Rp 2.000.000.000,-. Biaya investasi berasal dari 60% modal pemilik dan 40% pinjaman bank. Pengembalian modal *Italian Healty Food "Fabio"* memakan waktu selama 5 tahun. Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa aspek keuangan dikatakan layak, dengan nilai Payback Period (PP) 2 tahun 12 bulan dan 12 hari, Nilai Net Present Value (NPV) 12.089.931.90005 nilai Profitability Index (PI) 6,51%, nilai Break Event Point (BEP) tahun pertama sebesar Rp 1.521.420.754,-, nilai Internal Rate of Return (IRR) sebesar 17.98%,- IRR dimana lebih besar dari suku bunga pinjaman dan lebih tinggi dari 6,79% WACC sehingga dapat dikatakan investasi ini layak untuk dijalankan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam menganalisa kelayakan bisnis restoran *Italian Healty Food "Fabio"*, meskipun seluruh aspek – aspek kelayakan

bisnis sudah dimiliki oleh restoran *Italian Healty Food "Fabio"* namun dalam beberapa aspek masih perlu ditingkatkan untuk membuat restoran dapat bertahan, seperti dalam aspek sumber daya manusia perlu ditingkatkan dalam hal pelatihan karena masih belum ada pelatihan khusus yang diterapkan kepada staffnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- DeFranco, Agnes and Lattin, Thomas. (2007). *Hospitality Fincancial Management*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Dorfman, Mark S. (2008). *Introduction to Risk Management and Insurance*. Ninth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Enz, Cathy A. (2010). *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases*. Second Edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Elquliti, Said Ali, Gamil Alalem, Abdurrahman, (2018), *Feasiblity Study For Establisihing a Restaurant Jeddah, American Scientific Research Jurnal For Engineering Trechnology and Sciences*, Vol.40 No.1 ,PP 143-167
- Firzsimmons, James A. , Fitzsimmons, Mona J. Dan Bordoloi, Sanjeev K. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. Eight Edition. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Gibson, Charles H. (2009). *Financial Reporting and Analysis: Using Financial Accounting Information*, Eleventh Edition. Clifton Park, New York: Delmar Thomson (Cengage) Learning.
- Husnan, S & Muhammad. S (2014) *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*. UPP STIM YKPN Edisi Ke 5
- Ho, Robert. (2014). *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis with IBM SPSS*. Second Edition. Boca Raton: Taylor and Francis Group.
- Illie, R. S., & Pramudhita, C. A (2023, April). Studi Kelayakan Perencanaan Pendirian Bisnis Café & Restaurant dibawah tanah di Kota Palembang, *In MPD student Conference* (Vol. 2, No. 2, pp.451-458).
- Jonathan. J. A., & Megawati, M. (2023, April). Analisis Kelayakan Perencanaan Pnedirian Usaha Restoran Berkonsep Danau In *MDP Student Conference* (Vol.2, No.2.pp.472-477).
- Jones, Peter. (2002). *Introduction to Hospitality Operations*. London: Thomson
- Kevin S.Budi, Gerardus, (2018). *Analisis Kelayakan Bisnis Pembukaan Cabang Restoran X di Jakarta*, Skripsi (FE-UKP Bandung).
- Keown, Arthur J., Martin, John D. & Petty, William J. (2011). *Foundation of Finance*. Seventh Edition. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Kotler, Philip, Bowen, John T, and Makens, James C. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Lukman,Wylma, (2008). *Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Sushi di Kelapa Gading Jakarta*, Tesis FE – UI Fakultas Magister Management, Jakarta 2008
- Lupiyoadi.R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mathis, Robert. L and Jackson, John H. (2003). *Human Resource Management*. Tenth Edition. United States of America: Thompson South Western.
- McEarchern, William A., (2006). *Economics: A Contemporry Introduction*. Seventh Edition. Ohio: Thompson South-Western Mason.
- Morrison, Alastair M. (2010). *Hospitality and Travel Marketing*. Fourth Edition. New York: Delmar Cengage Learning.
- Pasaribu, L. A., & Saragih, L. (2020). *Analisis Kelayakan Bisini Café Pada Khalizta Coffee & Resto Kota Pematangsiantar, Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2), 148-158.
- Pratt, Jamie. (2011). *Financial Accounting in a Economic Context*. United State of America : John Wiley & Sons inc
- Qomaruddin, M., Randhiati, R., & Ahmad, Z. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Kuliner Khas Banjar Mie Bancir Agus Sasirangan,

- J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5(2), 85-95.
- Robbins, Stephen P. and Judge, Timothy A. (2009). *Organizational Behaviour*. Thirteenth Edition. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Rusdiana, M. (2014). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Siahaan,S.D.N.. & Hasibuan,N.L. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan. *Niagawan*, 10(2), 143-158
- Sekaran, Uma and Bougie, Roger. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Sixth Edition. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., Hoboken.
- Snell, Scott. and Bohlander, George W. (2007). *Human Resource Management*. Canada : Thompson South Western.
- Strianese, Anthony J. and Strianese, Pamela P. (2003). *Dining Room and Banquet Management*. Third Edition. New York: Thomson, Delmar Learning.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung. Alfabeta
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi 2. Yogyakarta, Penerbit Andi
- Tandelilin, Eduardus. (2010). *Portofolio dan Investasi : Teori dan Aplikasi Ed 1*, Kanius. STIE Putra Bangsa
- Walker, John R. (2008). *The Restaurant from concept to operation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wearne, Neil and Morrison, Allison (2011). *Hospitality Marketing*. New York: Routledge .
- Wulan, Sapmaya, Brian. (2016). *Analisis Studi Kelayakan Rencana Usaha Kuliner Rumah Makan Nusantaraku di Lampung Tengah*, *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 6 No.2:192-215.