



## ANALISIS PERENCANAAN BISNIS D'TASTE

Tykezia Yovela<sup>1)</sup>, Maya Malinda<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

<sup>2)</sup>Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

E-mail: maya.malinda@eco.maranatha.edu

### Abstract

Since long ago, the city of Bandung has been known as one of the main culinary destinations in the West Java region. Bandung as a center for culinary tourism creates opportunities for entrepreneurs to compete in opening more innovative businesses. Culinary developments in the city of Bandung are not only traditional culinary but also modern culinary, such as pastry and cake (cakes and bread). Pie cake is one of the culinary delights that is very suitable to be used as a gift for people who are on vacation. D'Taste is a business that is engaged in the culinary field, namely pia cakes and is very suitable to be used as souvenirs typical of Bandung. D'Taste has several unique and innovative flavors where there are no competitors selling similar products. From the survey results, it was found that consumers' interest in pia cakes ranging from 20-60 years old, with the status of students, entrepreneurs, employees, and lecturers, and having an income of Rp. 2,000,000 - Rp. 10,000,000. The marketing strategy carried out by D'Taste is direct promotion and through social media, advertising promotions, and making seasonal packages, and endorsements. The initial capital needed to develop D'Taste's business is Rp. 149,857,647 which comes from the owner's capital. The feasibility of developing this business is calculated by an NPV (Net Present Value) of Rp. 760,966,394, Payback Period (PP) is 7 months, in this case with an initial capital of 149,857,647 will be estimated to return within 7 months, Profitability Index (PI) of 5.08, and the Internal Rate of Return (IRR) of 192.41%. So, by using various aspects of business opportunities, marketing aspects, operational aspects, and financial aspects, it can be said that D'Taste's business is to be developed in accordance with the plans that have been made.

Keywords: culinary, D'Taste, pia cake, souvenirs, tourism.

## PENDAHULUAN

### Ringkasan Eksekutif

*D'Taste* merupakan bisnis yang bergerak dibidang kuliner yaitu kue pia dan sangat cocok untuk dijadikan oleh – oleh camilan khas Bandung. Salah satu dari beberapa jenis camilan atau jajanan yang ada di Kota Bandung yaitu kue pia. Kue pia merupakan kue berbentuk bulat pipih dan terbuat dari campuran kacang hijau dengan gula yang dibungkus dengan tepung, lalu dipanggang (Mardatila, 2020). Umumnya, kue pia terbuat dari bahan - bahan seperti terigu, minyak sayur, gula halus, air dan garam. Pia dibuat dari tepung terigu dengan isian berbagai macam rasa yang mampu memberikan rasa kenyang saat disantap

lebih dari satu. *D'Taste* membuat pia menggunakan bahan – bahan yaitu tepung terigu, mentega, gula halus, dan telur dengan bahan baku premium.

Dari bahan baku utama yang digunakan, *D'Taste* menyediakan 8 pilihan rasa yang ditawarkan kepada *customer*. Produk pia *D'Taste* tersebar di beberapa tempat oleh – oleh di Kota Bandung dan Lembang, serta toko *online* di *Marketplace*.



**Gambar 1 Logo *D'Taste***  
**Sumber: Data *D'Taste* (2022)**

Gambar 1 menjelaskan desain logo bisnis *D'Taste*,

Warna merah pada logo merupakan warna utama, diartikan sebagai warna yang menonjol, penambah nafsu makan, dan dapat menarik perhatian orang – orang. Warna *background* berwarna putih memiliki makna bersih dan suci yang melambangkan *D'Taste* selalu menjaga kebersihan produk dan mengutamakan kejujuran. *Font Script* melambangkan tulisan yang elegan, bersahabat, menarik, dan kreatif. Sangat cocok dipadukan dengan logo makanan karena menarik mata. Bentuk belah ketupat dan *shadow* belah ketupat melambangkan keseimbangan karena setiap sisinya sama panjang. Makna yang terkandung dari keseimbangan yaitu untuk mencapai segala keberhasilan harus diimbangi dengan usaha.

Potensi Pasar *D'Taste* cukup tinggi dikarenakan belum adanya penjual pia lain yang menjual pia dengan rasa manis yaitu klepon dan greentea oreo, serta rasa asin yaitu daging ayam dan *cheesy smoke beef*. Tampilan packaging yang premium membuat *customer* mempercayakan produk ini untuk dibeli. Dengan adanya rasa *greentea oreo*, klepon, daging ayam, dan *cheesy smoke beef* membuat produk ini unggul dalam hal inovasi rasa.

## Visi dan Misi



## Visi

Menjadi supplier utama pia dan menjadi oleh – oleh wisata terbaik di pasar Bandung pada tahun 2030.

## Misi

- Menciptakan produk pia yang berkualitas dari sisi bahan baku, sehingga dapat menghasilkan rasa yang gurih, tekstur yang renyah, tidak menggunakan bahan pengawet, dan selalu menjaga kebersihan produk.
- Memberikan pelayanan terbaik dan menjaga hubungan baik dengan *customer*, seperti kemudahan dalam pemesanan dan ketepatan waktu pengiriman.
- Mengembangkan segala inovasi dan kreativitas guna mudah berdaya saing dengan produk serupa.

## Alamat Perusahaan

Alamat *D'Taste* berada di Jalan Raya Lembang No. 242 Bandung. Ini merupakan lokasi tempat produksi *D'Taste* yang dimana sebelumnya toko ini merupakan toko bahan kue yang tempatnya sangat strategis karena berada di pinggir jalan tempat kendaraan berlalu – lalang. Tempat ini dijadikan sebagai tempat produksi pia karena berdekatan dengan lokasi tempat oleh – oleh dan wisata yang ada di Lembang.

## Analisis Peluang Bisnis

Bidang industri makanan memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Industri makanan dan minuman memiliki *supply* dan *demand* yang tinggi. Hal ini membuat industri makanan dan minuman termasuk produk *bakery* memiliki potensi menjadi industri yang paling unggul. Produk *bakery* merupakan salah satu dari banyaknya makanan dan camilan yang paling banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan, karena produk *bakery* dinilai lebih praktis untuk dikonsumsi. Dalam hal ini, bisnis *bakery* menjadi bisnis yang sangat potensial pada saat ini dan untuk masa mendatang dikarenakan jumlah konsumsi produk *bakery* yang terus meningkat (Ayu, 2019).

Analisis peluang yang dilakukan oleh bisnis *D'Taste* adalah analisis yang menggunakan metode *LEARNWISE* berdasarkan Wadhvani *Foundation* (2022). Metode dalam *LEARNWISE* terdiri dari uji area ketertarikan keputusan (*Area of Interest*), analisis

matriks keputusan (*Decision Matrix Analysis*), analisis perbandingan berpasangan (*Paired Comparison Analysis*), akumulasi skor matriks keputusan dan skor perbandingan berpasangan, serta Analisis Kerangka Kerja 5 Pertanyaan atau *5 Questions Analysis* (Foundation, 2022).

Terdapat hasil DMA dari uji area ketertarikan yaitu kue pia sebesar 4,05%, kue kacang sebesar 3,60%, *cookies* sebesar 3,45%, *hampers/gift* sebesar 3,45%, *flowers bouquet* sebesar 3,25%. Kemudian, melakukan perbandingan produk secara berpasangan (PCA) sehingga menghasilkan skor 8 untuk kue pia dan 1 untuk kue kacang. Skor akhir (*Final Score*) terdapat 2 ide bisnis yang memiliki skor terbesar yaitu pada kue pia sebesar 12,05% dan kue kacang sebesar 4,60%. Berdasarkan 2 produk dengan skor akhir terbesar dengan menggunakan *5 Questions Analysis*, maka hasil akhir menunjukkan kue pia yang memiliki potensi dan peluang lebih besar.

Hasil survey yang penulis lakukan dengan mengumpulkan data melalui *Google Form* didapatkan 51 responden yang menyukai kue pia dengan kualitas dan cita rasa yang gurih dan tekstur renyah mulai dari usia 20-60 tahun berjenis kelamin pria dan wanita. Para responden memilih bahwa kue pia sangat cocok untuk dijadikan camilan, *snack*, dan makanan yang cocok untuk dikonsumsi bersama keluarga.

Menurut Handayani (2021), analisis SWOT yaitu teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Teknik ini diterapkan di seluruh perusahaan atau organisasi secara umum, maupun proyek – proyek tertentu. Pada tingkat organisasi, analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisis pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan. Hasil yang didapat dari analisis SWOT berguna untuk meningkatkan kekuatan perusahaan, mempertahankan dan memperluas peluang perusahaan, organisasi atau lembaga. Berikut analisis SWOT *D'Taste* pada tabel 1:

**Tabel 1 SWOT *D'Taste***

<b>1) Kekuatan (<i>Strenght</i>):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Memakai bahan baku dengan kualitas premium.</li></ul>	<b>2) Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tidak memiliki toko <i>offline</i> sendiri.</li></ul>
---	--

- 
- Harga terjangkau.
  - Memiliki cita rasa lembut dipadukan dengan tekstur yang renyah.
  - Kualitas produk terjamin sesuai dengan bahan yang digunakan.
  - Memiliki variasi rasa yang menarik mulai dari manis hingga asin.
  - Memiliki *design packaging* yang unik menggunakan *custom box*.
  - Produk rasa manis memiliki masa kadaluwarsa yang cukup panjang yaitu selama 30 hari.
  - Produk asin *D'Taste* tidak memiliki ketahanan yang lama
  - Membayar iklan atau promosi influencer relatif mahal.
  - Produk yang mudah remuk terutama jika dikirim melalui jasa pengiriman ke luar kota.

---

### 3) Peluang (*Opportunities*)

- Belum adanya penjual serupa yang menjual pia dengan rasa asin yaitu daging ayam dan *cheesy smoke beef* dan juga rasa klepon dan *greentea oreo*.
- Potensi pasar penjualan *D'Taste Pia* yang cukup luas sampai bisa mencakup luar Kota Bandung.
- Dapat dikonsumsi untuk semua kalangan
- *Online Shop* dan *Marketplace* dapat membantu meningkatkan penjualan
- Adanya *reseller* dapat membantu untuk meningkatkan penjualan dan membuka peluang untuk meraih omset yang lebih banyak.

---

### 4) Ancaman (*Threats*)

- Harga bahan baku yang terus naik
- Persaingan yang semakin ketat
- Terkena dampak pandemi
- *Customer* merasa jenuh terhadap produk yang dijual.

---

### Keunikan produk *D'Taste*:

- Memiliki variasi rasa yang unik yaitu rasa *greentea oreo* dan klepon.
- Memiliki produk rasa asin yaitu daging ayam dan *cheesy smoke beef*.
- Memiliki keunikan *custom packaging*.

### Aspek Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2016), Strategi Pemasaran adalah “logika pemasaran dengan mengharapkan perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan ini dan mencapai hubungan yang menguntungkan”. Dalam mencapai tujuan pemasaran *D'Taste*, terdapat beberapa tahap yang akan penulis lakukan, diantaranya adalah *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Melalui tiga tahap tersebut, penulis dapat menentukan siapa dan di mana yang akan menjadi tujuan pemasaran *D'Taste*. Segmentasi geografis *D'Taste* adalah

wilayah kota Bandung dan Lembang dengan usia 20-60 tahun yang memiliki penghasilan diantara Rp 2.000.000 sampai > Rp 10.000.000. Segmentasi psikografi yaitu kelas sosial untuk semua kalangan dari bawah, menengah, dan atas dengan gaya hidup sebagai pecinta kuliner, *customer* yang lebih mementingkan kualitas dibandingkan harga, dan pecinta *travelling*.

### **Targeting**

*Targeting D'Taste* berdasarkan hasil segmentasi adalah pria dan wanita dengan rentang usia 20-60 tahun yang berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, guru/dosen, memiliki penghasilan dengan rentang sebesar Rp 2.000.000 sampai di atas Rp 10.000.000 yang berdomisili di Bandung dan luar Kota Bandung, serta menyukai produk pia baik untuk dikonsumsi sendiri ataupun untuk dijadikan oleh – oleh.

### **Positioning**

*Positioning D'Taste* yaitu merupakan kue pia yang menggunakan 4 bahan dasar utama yaitu tepung, telur, gula, dan mentega. Bahan tersebut kemudian diolah menjadi kue pia dengan tekstur renyah serta variasi rasa yang beragam dan memiliki keunikan rasa tersendiri bila dibandingkan dengan pesaing. *D'Taste* menyediakan kue pia yang berkualitas dengan menggunakan bahan – bahan premium. Harga produk yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan bahan – bahan yang digunakan. Selain itu, pia dapat dikonsumsi sebagai snack atau camilan pada saat santai atau saat tidak sempat makan makanan berat. Menyediakan *packaging* dengan kualitas dan *design* yang unik dan *eye catching* untuk meningkatkan *awareness*.

Menurut Mahesa (2020), Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* merupakan metode yang memposisikan produk dan memutuskannya untuk menjual di tempat yang tepat, dengan harga dan waktu yang tepat. Kemudian, produk tersebut akan dijual sesuai dengan strategi pemasaran dan promosi. Bauran pemasaran terdiri dari empat komponen atau biasa dikenal dengan 4P, yaitu terdiri dari produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*).

### **PRODUCT (Produk)**

Produk *D'Taste* terdiri dari rasa coklat, keju, susu, klepon, *greentea oreo*, taro, daging ayam, *cheesy smoke beef*.



**Gambar 2 Foto Produk Pia *D'Taste***  
**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

### ***PRICE* (Harga)**

Harga yang ditawarkan untuk semua rasa adalah Rp 32.500 per *box*.

### ***PLACE* (Tempat)**

*D'Taste* menggunakan saluran distribusi tingkat nol dan tingkat satu yang dimana distribusi tingkat nol atau penjualan barang kepada *customer* akhir dengan penjualan secara *online*, sedangkan saluran distribusi tingkat satu atau terdapat satu perantara dengan menitipkan produk pia pada toko oleh – oleh.

### ***PROMOTION* (Promosi)**

Promosi *D'Taste* dilakukan secara langsung (*word of mouth*), menggunakan poster dan video promosi untuk mempromosikan promo diskon, *Ads*, *Endorsement*, membuat *seasonal package*, dan promosi *Marketplace*.

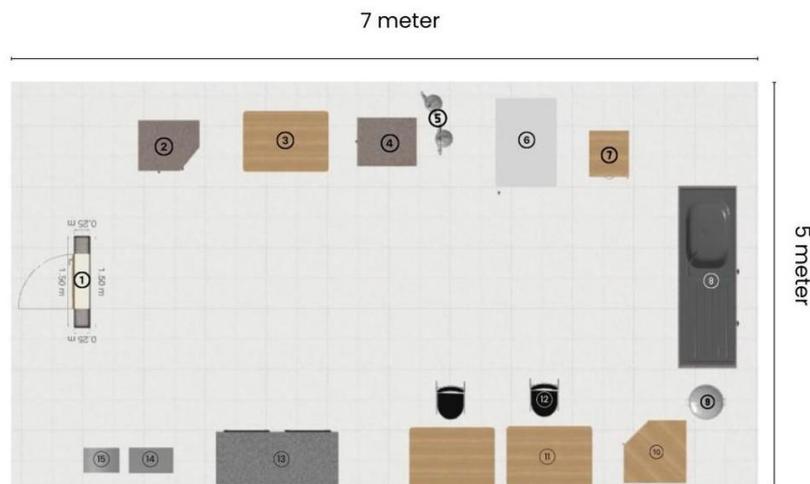
### **Aspek Operasional**

Menurut Farida (2020), Manajemen operasional merupakan “bagian manajemen yang erat kaitannya dengan mengawasi, merancang, dan mengendalikan kegiatan produksi. Selain itu, manajemen ini bertugas mengendalikan kegiatan produksi dan proses perbaikan strategi kegiatan bisnis dalam hal produksi barang dan jasa”. Aspek operasional terdiri dari biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya penyusutan, kapasitas produksi, dan tata letak.

Total biaya peralatan produksi yang dibutuhkan adalah Rp 47.010.100 dan total biaya perlengkapan produksi adalah Rp 394.800, dan biaya penyusutan sebesar Rp 4.874.790. Kapasitas produksi *D'Taste* yaitu dalam sehari mampu memproduksi kue pia sebanyak 800 pcs atau sebanyak 160 *box* menggunakan dua buah oven dengan jumlah karyawan sebanyak 3 orang dan total memanggang kue pia secara keseluruhan sampai matang yaitu selama 30 menit.

### Tata Letak (*Layout*)

Tata letak (*layout*) adalah salah satu strategi operasional perusahaan yang merupakan keputusan manajemen agar mencapai efisiensi kegiatan operasional perusahaan (Ibrahim, 2020). Berikut adalah *layout* tempat produksi *D'Taste*:



**Gambar 3 Tata Letak *Layout* Tempat Produksi *D'Taste***

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Gambar 3 merupakan tata letak *layout* tempat produksi *D'Taste* yang memiliki luas berukuran 7x5 meter.

### Sumber Daya Insani

Pada bagian sumber daya insani membahas tentang struktur organisasi, deskripsi pekerjaan, dan waktu kegiatan karyawan.

Menurut Putri (2022), Struktur organisasi merupakan susunan serta hubungan setiap bagian dalam organisasi baik secara posisi maupun tugas demi mencapai tujuan bersama.

Berikut adalah bagan struktur organisasi *D'Taste*:



**Gambar 4 Struktur Organisasi *D'Taste***

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Pada gambar 4 dijelaskan struktur organisasi terdiri dari 5 jabatan yaitu direktur yang memiliki jabatan tertinggi dan bertugas bertanggung jawab terhadap perusahaan dan mengawasi kinerja para karyawan, lalu bagian pemasaran yang bertanggung jawab atas promosi dan strategi pemasaran, bagian operasional yang melakukan *quality control* dan mengawasi kerja produksi, bagian keuangan dan administrasi bertanggung jawab mengenai keuangan perusahaan, dan karyawan produksi yang memproduksi kue pia.

**Tabel 2 Waktu Kegiatan Kerja Produksi *D'Taste***

<b>Jam Kerja</b>	<b>Keterangan</b>
08.00	Mempersiapkan bahan baku produksi, membersihkan ruangan dan meja produksi, serta menyediakan peralatan yang akan digunakan
09.00 – 15.00	Kegiatan produksi dan proses <i>packing</i>
12.00 – 13.00	Istirahat
15.30-16.00	Membersihkan ruangan dan alat produksi
16.00	Pulang

**Sumber: Dokumentasi Pribari (2022)**

Tabel 2 menunjukkan bahwa *D'Taste* menetapkan jadwal kerja 6 hari dalam seminggu dimana waktu kerja dimulai pada pukul 08.00 sampai 16.00. Tetapi jika dalam 1 minggu tidak memproduksi kue pia dalam jumlah banyak, waktu kerja bisa menjadi 5 hari dalam

seminggu atau waktu kerja produksi dalam sehari bisa lebih cepat. Karyawan memiliki hari libur 1 sampai 2 hari, dan juga pada saat tanggal merah atau libur hari raya.

### Aspek Keuangan

Pada bagian ini menjelaskan tentang kebutuhan dana, sumber dana, proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, serta penilaian kelayakan investasi. Memberikan penjelasan berupa gambaran mengenai kelayakan suatu usaha. Proyeksi keuangan ini akan dibuat dalam jangka waktu tiga tahun. Berikut adalah penjelasannya:

Berikut adalah penjelasan mengenai kebutuhan dana yang di pakai untuk proses produksi kue pia:

**Tabel 3 Tabel Kebutuhan Dana**

	Komponen Investasi	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
			<b>Aktiva Tetap</b>		
	Tabung Gas	5	Unit	270.000	1.350.000
	Selang dan Regulator Gas	1	Unit	60.000	60.000
	Timbangan Digital	5	Unit	28.000	140.000
	Oven	2	Unit	8.500.000	17.000.000
	Mesin Aduk Besar	1	Unit	10.300.000	10.300.000
	Mesin Aduk Kecil	1	Unit	4.300.000	4.300.000
	Loyang	40	Pcs	102.000	4.080.000
	Alat Label <i>Expired</i>	2	Pcs	32.800	65.600
<b>Peralatan</b>	Gunting	2	Pcs	7.200	14.400
	Pisau	2	Pcs	27.000	54.000
	Kuas	2	Pcs	4.000	8.000
	Sendok	5	Pcs	1.500	7.500
	Baskom Plastik	10	Pcs	15.000	150.000
	Spatula Kue	2	Pcs	5.200	10.400
	Roll Penggiling	3	Pcs	14.000	42.000
	Parutan Keju	2	Pcs	2.000	4.000
	Saringan	2	Pcs	5.000	10.000
	Talenan	3	Pcs	15.900	47.700
	Kulkas <i>Showcase</i>	1	Unit	2.600.000	2.600.000
	Meja Lipat	4	Unit	810.000	3.240.000



	Kursi Lipat	2	Unit	129.000	258.000	
	Rak Penyimpanan Barang	2	Unit	749.500	1.499.000	
	Celemek	5	Pcs	22.500	112.500	
	Kipas Angin	2	Unit	699.000	1.398.000	
	Sapu dan Pengki	3	Pcs	65.000	195.000	
	Tempat Sampah	2	Pcs	32.000	64.000	
<b>Total Biaya Peralatan</b>					<b>47.010.100</b>	
<b>Aktiva Lancar</b>						
<b>Perlengkapan</b>	Kresek Hitam	500	Pcs	350	175.000	
	Sarung Tangan Plastik	500	Pcs	85	42.500	
	Buku Nota	10	Pcs	3.200	32.000	
	Pulpen	1	Lusin	17.000	17.000	
	Tissue	5	Pcs	6.000	30.000	
	Lakban Bening	2	Pcs	6.750	13.500	
	Sabun Cuci Piring	1	Pcs	58.000	58.000	
	Sabun Cuci Tangan	2	Pcs	13.400	26.800	
	<b>Total Biaya Perlengkapan</b>					<b>394.800</b>
	<b>Biaya Perlengkapan untuk 1 Tahun (394.800*12 bulan)</b>					<b>4.737.600</b>
<b>Pemasaran</b>	Instagram Ads	1	Bulan	140.000	140.000	
	Endorsement	1	Bulan	400.000	400.000	
<b>Total Biaya Pemasaran</b>					<b>540.000</b>	
<b>Operasional</b>	Tunjangan Hari Raya	7	Orang		7.000.000	
	Listrik				300.000	
	Air				150.000	
	Isi ulang gas	6	Kali	195.000	1.170.000	
<b>Total Biaya Operasional</b>					<b>9.160.000</b>	
<b>Biaya Gaji Karyawan</b>					<b>16.550.000</b>	
<b>Sewa dibayar dimuka</b>	<b>Biaya Sewa Tempat</b>	1	Tahun	40.000.000	<b>40.000.000</b>	
<b>Biaya Bahan Baku (Januari 2022)</b>						
<b>Nama Produk</b>		<b>Jumlah (Per box)</b>		<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>		
				<b>Total</b>		
Pia Teman Ngopi Coklat		660		12.110		
Pia Teman Ngopi Keju		638		12.446		
				7.992.621		
				7.940.699		

Pia Teman Ngopi Susu	484	11.591	5.610.170
Pia Teman Ngopi Taro	198	14.034	2.778.692
Pia Teman Ngopi <i>Greentea Oreo</i>	220	14.215	3.127.202
Pia Teman Ngopi Klepon	132	8.392	1.107.696
Pia Teman Ngopi Daging Ayam	132	14.256	1.881.828
Pia Teman Ngopi <i>Cheesy Smokebeef</i>	110	17.991	1.979.039
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>			<b>32.417.947</b>
<b>Total Kebutuhan Dana</b>			<b>149.857.647</b>

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Tabel 3 menjelaskan tentang kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk keperluan menjalankan usaha *D'Taste* berupa peralatan, perlengkapan, biaya pemasaran, biaya operasional, biaya sewa, dan biaya bahan baku. Total kebutuhan dana secara keseluruhan sebesar 149.857.647.

Sumber dana merupakan modal yang diperlukan *D'Taste* untuk membangun sebuah bisnis adalah sebesar 149.857.647.

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang melaporkan kinerja keuangan perusahaan untuk periode akuntansi tertentu (Tanuwidjaja, 2021).

**Tabel 4 Proyeksi Laba Rugi**

Keterangan	2022	2023	2024
Pendapatan	1.003.860.000	1.226.268.000	1.556.652.000
HPP	389.013.240	492.449.832	649.965.084
Laba Kotor	614.848.760	733.818.168	906.686.916
Biaya Sewa	40.000.000	42.000.000	44.100.000
Biaya Operasional	313.257.600	328.920.480	345.336.504
Biaya Penyusutan Peralatan	4.874.790	4.874.790	4.874.790
Laba Sebelum Pajak	256.714.370	358.022.898	512.375.622
Pajak (0,5%)	5.019.300	6.131.340	7.783.260
Laba Bersih Setelah Pajak	251.695.070	351.891.558	504.592.362

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Tabel 4 menunjukkan laporan laba rugi *D'Taste* dari tahun 2022-2024.

Laporan arus kas adalah catatan keuangan yang berisi informasi tentang pemasukan dan pengeluaran selama satu periode (Gie, 2019).

**Tabel 5 Proyeksi Arus Kas *D'Taste***

<b>Komponen Cash Flow</b>	<b>Tahun 1 (Rp)</b>	<b>Tahun 2 (Rp)</b>	<b>Tahun 3 (Rp)</b>
<b>Komponen Pendapatan:</b>			
Total Penjualan	1.003.860.000	1.226.268.000	1.556.652.000
<b>Arus Kas Keluar</b>			
<b>Komponen Biaya</b>			
<b>Produksi:</b>			
Total Biaya Produksi	389.013.240	492.449.832	649.965.084
Laba Kotor (Total Pendapatan - Total Biaya Produksi)	614.846.760	733.818.168	906.686.916
<b>Komponen Biaya Operasional:</b>			
Total Biaya Operasional	313.257.600	328.920.480	345.336.504
Laba Sebelum Pajak	256.714.370	358.022.898	512.375.622
Pajak (0,5%)	5.019.300	6.131.340	7.783.260
Laba Bersih Setelah Pajak	251.695.070	351.891.558	504.592.362
Penyusutan	4.874.790	4.874.790	4.874.790
<b>NCF</b>	<b>256.569.860</b>	<b>356.766.348</b>	<b>509.467.152</b>

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Tabel 5 menunjukkan proyeksi arus kas *D'Taste* tahun 1 sampai tahun 3.

*Net Present Value* atau NPV adalah selisih antara nilai arus kas yang masuk dengan nilai arus kas keluar pada sebuah periode waktu tertentu (Ramdhani, 2020). Berikut adalah tabel *Net Present Value* (NPV) *D'Taste*:

**Tabel 6 *Net Present Value D'Taste***

<b>Tahun</b>	<b>Net Cash Flow (Rp)</b>	<b>Discount Factor (10%)</b>	<b>Present Value</b>
Investasi Awal	-149.875.647	1	-149.875.647
2022	256.569.860	0,9091	233.247.659,7
2023	356.766.348	0,8264	294.831.710,0
2024	509.467.152	0,7513	382.762.671,3
<b>Net Present Value (NPV)</b>			<b>760.966.394</b>

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Tabel 6 menjelaskan bahwa NPV (*Net Present Value*) *D'Taste* adalah Rp 760.966.394 yang berarti Nilai NPV > 0, artinya layak untuk dijalankan

*Payback Period* (PP) merupakan jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan dana yang telah diinvestasikan atau disebut sebagai modal awal (Hadijah, 2017). Berikut adalah perhitungan *payback period* (PP) *D'Taste*:

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Arus Kas Bersih}} \times 12 \text{ bulan} \\ &= \frac{149.875.647}{256.569.860} \\ &= 7.009.816.991 \\ &= 7 \text{ bulan} \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan dari perhitungan di atas bahwa *payback period* pengembangan usaha ini adalah selama 7 bulan.

*Profitability Index* (PI) merupakan perbandingan antara nilai arus kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai investasi. Apabila besar nilai PI < 0, maka investasi tersebut tidak layak atau dapat dikatakan rugi. Rumus PI yaitu nilai kas masuk/nilai investasi. (Hadijah, 2017).

$$\begin{aligned} \text{Profitability Index} &= \frac{\text{Total Present Value}}{\text{Investasi Awal}} \\ \text{Profitability Index} &= \frac{760.966.394}{149.875.647} \\ &= 5,08 \end{aligned}$$

*Profitability Index D'Taste* adalah 5,08 > 1. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha *D'Taste* ini layak dijalankan karena PI > 1.

IRR merupakan tingkat *discount rate* yang akan menghasilkan nilai NPV. Jika nilai IRR > nilai *discount factor*, maka investasi tersebut layak untuk dijalankan. Sedangkan nilai IRR = *discount factor* menunjukkan investasi yang hanya akan balik modal. Namun jika ternyata nilai IRR < nilai *discount factor*, maka investasi tersebut tidak layak untuk dilakukan atau berpotensi mengalami kerugian (Hadijah, 2017).

$$\text{Discount Factor} = \frac{1}{1(\text{discount rate})^{\text{Period Number}}}$$

**Tabel 7 Tabel *Internal Rate of Return* dengan NPV Positif**

Tahun	Net Cash Flow (Rp)	192%	Present Value (Rp)
Investasi Awal	-149.875.647	1	-149.875.647
2022	256.569.860	0,3425	87.875.177
2023	356.766.348	0,1173	41.848.693
2024	509.467.152	0,0402	20.480.580
<b>Net Present Value (NPV)</b>			<b>328.802</b>

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

**Tabel 8 Tabel *Internal Rate of Return* dengan NPV Negatif**

Tahun	Net Cash Flow (Rp)	193%	Present Value (Rp)
Investasi Awal	-149.875.647	1	-149.875.647
2022	256.569.860	0,3413	87.567.293
2023	356.766.348	0,1165	41.563.280
2024	509.467.152	0,0398	20.276.793
<b>Net Present Value (NPV)</b>			<b>-468.282</b>

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

$$\begin{aligned}
 \text{Internal Rate of Return (IRR)} &= 192\% + \frac{328.802}{(328.802 - (-468.282))} (193\% - 192\%) \\
 &= 192\% + \frac{328.802}{797.084} (1\%) \\
 &= 192,41\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) pada tabel 7 dan 8, bisnis *D'Taste* layak untuk dikembangkan karena berdasarkan hasil IRR menyatakan hasil IRR > *discount factor* sebesar 192,41% > 10%.

**Tabel 9 Kesimpulan Hasil Kelayakan Investasi *D'Taste***

Metode	Kriteria Penilaian	Hasil
<i>Net Present Value</i> (NPV)	NPV > 0, bernilai positif	760.966.394
<i>Payback Period</i> (PP)	Nilai PP lebih kecil dari jangka waktu pengeluaran modal	7 Bulan
<i>Profitability Index</i> (PI)	PI > 1	5,08
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	IRR > <i>Discount Factor</i> (10%)	192,41%

**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Pada tabel 9 menjelaskan hasil perhitungan kelayakan investasi *Net Present Value*, *Payback Period*, *Profitability Index*, dan *Internal Rate of Return* dapat disimpulkan bahwa bisnis *D'Taste* layak untuk dikembangkan karena memenuhi kriteria penilaian.



## SIMPULAN

*D'Taste* merupakan bisnis yang bergerak dibidang kuliner yaitu kue pia dan sangat cocok untuk dijadikan oleh – oleh camilan khas Bandung. *D'Taste* menyediakan 8 pilihan rasa yang unik untuk ditawarkan kepada *customer*. Produk pia *D'Taste* tersebar di beberapa tempat oleh – oleh di Kota Bandung dan Lembang, serta toko *online* di *Marketplace*. Berdasarkan aspek pemasaran target *D'Taste* berdasarkan hasil segmentasi adalah pria dan wanita dengan rentang usia 20-60 tahun yang berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, guru/dosen, memiliki penghasilan dengan rentang sebesar Rp 2.000.000 sampai di atas Rp 10.000.000 yang berdomisili di Bandung dan luar Kota Bandung. *D'Taste* melakukan promosi *word of mouth* dan menggunakan sosial media. Berdasarkan aspek operasional total biaya peralatan produksi yang dibutuhkan adalah Rp 47.010.100 dan total biaya perlengkapan produksi adalah Rp 394.800. Modal awal yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha *D'Taste* adalah sebesar Rp 149.857.647 yang bersumber dari modal pemilik. Kelayakan dalam mengembangkan usaha ini dihitung dengan NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp 760.966.394, *Payback Period* (PP) yaitu 7 bulan, dalam hal ini dengan modal awal sebesar 149.857.647 akan diperkirakan kembali dalam waktu 7 bulan, *Profitability Index* (PI) sebesar 5,08, dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 192,41%. Maka dengan menggunakan penilaian berbagai aspek peluang bisnis, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya insani, dan aspek keuangan, dapat disimpulkan bahwa usaha *D'Taste* ini layak untuk dikembangkan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.

## DAFTAR PUSTAKA

Ayu, R. P. (2019, September 21). *Industri Bakery Terus Berkembang, Peluang Bisnis Terbuka Lebar*. Diperoleh dari kompasiana.com: [https://www.kompasiana.com/ranipuspaa/5d849380097f3664901b9723/industri-bakery-terus-berkembang-peluang-bisnis-terbuka-lebar?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/ranipuspaa/5d849380097f3664901b9723/industri-bakery-terus-berkembang-peluang-bisnis-terbuka-lebar?page=2&page_images=1)

Farida, I. N. (2020). *Praktikum Manajemen Operasional*. Indonesia: Deepublish.

Foundation, W. (2022). *Characteristic of a Successful Entrepreneur*. Diperoleh Dari Wadhvani Foundation: [www.nen.org](http://www.nen.org)

Gie. (2019, November 4). *Mengenal Laporan Arus Kas Lebih Jauh Beserta Contohnya*. Diperoleh dari accurate.id: <https://accurate.id/akuntansi/mengenal-laporan-arus-kas/>



Hadijah, S. (2017, Desember 12). *Pahami 6 Istilah Penting yang Sering Digunakan di Dalam Finansial*. Diperoleh dari [www.cermati.com](http://www.cermati.com): <https://www.cermati.com/artikel/pahami-6-istilah-penting-yang-sering-digunakan-di-dalam-finansial>

Handayani, M. T. (2021, September 29). *Analisis SWOT: pengertian, contoh, dan cara menggunakannya*. Diperoleh dari [ekrut.com](http://ekrut.com): <https://www.ekrut.com/media/analisis-swot-adalah>

Ibrahim, D. (2021, Juli 4). *Manajemen Operasional (Tata Letak)*. Diperoleh dari [kompasiana.com](http://kompasiana.com): [https://www.kompasiana.com/dikiibrahim8082/60e17f3e06310e391e082ac2/manajemen-operasional-tata-letak#:~:text=Tata%20letak%20\(layout\)%20adalah%20salah,mencapai%20efisiensi%20kegiatan%20operasional%20perusahaan.](https://www.kompasiana.com/dikiibrahim8082/60e17f3e06310e391e082ac2/manajemen-operasional-tata-letak#:~:text=Tata%20letak%20(layout)%20adalah%20salah,mencapai%20efisiensi%20kegiatan%20operasional%20perusahaan.)

Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. 16E Global Edition. England: Pearson Education Limited.

Mahesa, Y. (2020, November 8). *Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Dan 4 P Pemasaran*. Diperoleh dari [belajarekonomi.com](http://belajarekonomi.com): <https://belajarekonomi.com/marketing-mix-bauran-pemasaran/>

Mardatila, A. (2020, Desember 2). *5 Cara Membuat Bakpia yang Gurih, Enak, dan Anti Gagal di Rumah*. Diperoleh dari [merdeka.com](http://merdeka.com): <https://www.merdeka.com/sumut/5-cara-membuat-bakpia-yang-gurih-enak-dan-anti-gagal-di-rumah-kl.html>

Putri, V. K. (2022, Januari 17). *Pengertian Struktur Organisasi serta Fungsi Pentingnya*. Diperoleh dari [kompas.com](http://kompas.com): <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/17/100000869/pengertian-struktur-organisasi-serta-fungsi-pentingnya>

Ramadhani, N. (2020, Desember 9). *Definisi Mengenai NPV atau Net Present Value*. Diperoleh dari [akseleran.co.id](http://akseleran.co.id): <https://www.akseleran.co.id/blog/npv-adalah/>

Tanuwidjaja, W. (2021, Agustus 10). *Cara Jadi Ahli Membuat & Menganalisa Laporan Laba Rugi dengan Mudah*. Diperoleh dari [logiframe.com](http://logiframe.com): <https://www.logiframe.com/id/cara-buat-laporan-laba-rugi/>