ANALISIS KELAYAKAN USAHA KECIL RFP WAROENG TANSU

Hafiza Aprilia[1], Fadil Abdullah[2], Siti Nur Hamidah[3]

[1]Teknik Industri / Rekayasa Industri / Universitas Telkom / hafizaaprilia10@gmail.com
[2]Rekayasa Teknologi Logistik / Politeknik META Industri Cikarang / fadilabdullah1880@gmail.com
[3]Teknik Industri / Teknik / Universitas Sehati Indonesia / sitinurhamidah37@gmail.com

ABSTRACT

This paper examines the feasibility of Waroeng Tansu Om RFP, a culinary business in Bandung that offers traditional ketan (sticky rice) dishes with modern toppings. The study explores whether the business can sustain profitability and growth in Bandung's competitive culinary market local. The research problem focuses on determining whether Waroeng Tansu Om RFP is financially feasibility. The novelty in its focus integrates traditional culinary practices with modern digital strategies like food delivery platforms and proposes a dedicated business app. The research using method of market analysis (segmentation, targeting, and positioning) and financial feasibility assessment using. Data on costs, revenues, and customer demographics were analyzed. The findings reveal a positive NPV of Rp 1,131,557,216, an IRR of 79%, and a payback period within 3 years, with a BCR greater than 1, suggesting financial feasibility. The study concludes that Waroeng Tansu Om RFP is a viable business with potential for growth. The key takeaway is that combining traditional foods with modern innovations can lead to success in competitive markets.

Keywords : *Culinary business, financial feasibility, modern innovation, digital strategy*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji kelayakan usaha *Waroeng Tansu Om RFP*, sebuah bisnis kuliner yang berbasis di Bandung dan menyajikan hidangan tradisional ketan dengan sentuhan topping modern. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk menilai apakah usaha tersebut dapat mencapai profitabilitas dan pertumbuhan yang berkelanjutan di tengah persaingan pasar kuliner lokal yang ketat. Keunikan dari penelitian ini terletak pada pendekatan integratif antara kuliner tradisional Indonesia dengan strategi digital modern, seperti pemanfaatan platform layanan pesan-antar makanan serta pengembangan aplikasi bisnis khusus. Metodologi yang digunakan mencakup analisis pasar meliputi segmentasi, targeting, dan positioning serta penilaian kelayakan finansial. Data yang dianalisis mencakup biaya operasional, pendapatan, dan demografi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Nilai Bersih Sekarang (*Net Present Value*/NPV) positif sebesar Rp 1.131.557.216, Tingkat Pengembalian Internal (*Internal Rate of Return*/IRR) sebesar 79%, serta periode pengembalian modal (*payback period*) kurang dari tiga tahun. Rasio manfaat terhadap biaya (*Benefit-Cost Ratio*/BCR) juga lebih besar dari 1, yang menandakan kelayakan finansial usaha. Kesimpulan dari studi ini menyatakan bahwa *Waroeng Tansu Om RFP* merupakan usaha yang layak dan memiliki potensi untuk tumbuh. Temuan utama menunjukkan bahwa perpaduan antara kuliner tradisional dan inovasi digital dapat menjadi strategi sukses dalam menghadapi persaingan pasar di Indonesia.

Kata Kunci : Bisnis kuliner, kelayakan finansial, inovasi modern, strategi digital, Indonesia

1. PENDAHULUAN

Salah satu tempat industri kreatif yang menjadi pusat perhatian masyarakat lokal maupun internasional adalah Kota Bandung. Kota ini dikenal sebagai pusat industri kreatif dari berbagai bidang usaha yang berkembang pesat dan beragam di era globalisasi. Hal ini didukung oleh data pertumbuhan penduduk Kota Bandung, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 berikut:

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kota Bandung

Tahun	Jumlah Penduduk	Persentase Pertumbuhan
2023	2.506.603	
2024	2.528.160	0,86%

Dari Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk Kota Bandung mengalami peningkatan dari tahun 2023 ke 2024 sebanyak 0,86%. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi para pelaku usaha untuk memulai bisnis, khususnya di sektor industri kreatif. Salah satu subsektor yang paling menonjol adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional dan pendapatan domestik bruto (PDB) pada sektor industri (Sugiri, 2020). Pemerintah, sebagai penyelenggara negara, memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan UMKM agar semakin maju. Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai 60,5% (Kementerian Keuangan, 2024). Adapun jumlah pelaku UMKM di berbagai sektor di Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jumlah Pelaku UMKM Kota Bandung Berdasarkan Sektor

Tahun	Fashion	Kuliner	Kerajinan	Perdagangan	Jasa	Total
2023	1.626	4.148	686	1.795	1.032	8.255
2024	1.636	4.187	691	1.807	1.035	8.321

Dari Tabel 2 yang bersumber dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung (2024), terlihat bahwa dalam dua tahun terakhir sektor kuliner merupakan sektor dengan jumlah pelaku usaha terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha memanfaatkan peluang pasar, khususnya dengan meningkatnya gaya hidup konsumtif masyarakat di bidang kuliner. Namun, tingginya jumlah pelaku usaha juga meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku UMKM. Salah satu cara untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan adalah dengan memiliki produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan kompetitor (Soumena et al., 2024). Untuk dapat memenangkan persaingan di sektor kuliner, pelaku usaha perlu melakukan inovasi produk melalui pendekatan segmentasi pasar yang tepat sasaran (Falahat et al., 2020). Salah satu pelaku usaha di sektor UMKM kuliner di Kota Bandung adalah *Waroeng Tansu Om RFP*. Tansu, akronim dari "tape ketan susu", merupakan makanan ringan berbahan dasar ketan putih yang dilapisi susu dan ditambahkan topping sesuai selera konsumen. Produk ini tergolong praktis namun mengenyangkan, dan cocok dikonsumsi oleh berbagai kalangan, baik remaja maupun dewasa. Untuk memberikan nilai tambah, Waroeng Tansu menghadirkan beragam varian topping seperti buah-buahan, green tea, sereal, hingga boba yang sedang populer di kalangan masyarakat. Namun, di tengah tingginya dinamika dan variasi produk makanan, penjualan Waroeng Tansu Om RFP cenderung fluktuatif karena masih menghadapi hambatan dalam aspek digitalisasi dan inovasi produk.

Berdasarkan kajian sebelumnya, usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk sektor kuliner, terbukti lebih rentan terhadap guncangan ekonomi dibandingkan usaha besar yang didukung oleh investor (Udriyah et al., 2019). Oleh karena itu, pelaku usaha seperti *Waroeng Tansu Om RFP* perlu terus beradaptasi dengan kebutuhan konsumen dan melakukan pemberdayaan diri secara berkelanjutan agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah analisis

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

investasi terhadap usaha kuliner seperti Waroeng Tansu Om RFP. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai besar investasi dan biaya yang diperlukan dalam pengembangan usaha, serta manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan strategi inovasi dan teknologi digital. Melalui analisis kelayakan usaha, dapat diketahui sejauh mana prospek bisnis ini untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang di tengah persaingan pasar kuliner Kota Bandung yang semakin ketat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menghitung kelayakan usaha *Waroeng Tansu Om RFP* di Kota Bandung serta merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis digital dan inovasi produk guna meningkatkan daya saing di sektor kuliner.

2. STUDI PUSTAKA

A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan jenis usaha yang menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan unit usahanya, terutama dalam melaksanakan tugas-tugas inovatif. Kendala tersebut antara lain meliputi keterbatasan dana internal serta rendahnya keterampilan tenaga kerja (Setiwardani, 2021). Dari segi legalitas yuridis di Indonesia, UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam regulasi tersebut, UMKM dikategorikan berdasarkan kriteria aset dan omzet usaha (Setiawardani, 2021). Peran UMKM sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan penciptaan lapangan kerja.

B. Inovasi

Inovasi merupakan hasil dari respons terhadap perubahan lingkungan yang terjadi, yang biasanya berakar dari permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat serta adanya peluang pasar potensial yang memberikan manfaat bagi konsumen. Inovasi mencerminkan perubahan dalam kebutuhan pasar yang dapat dikomersialkan (Franka et al., 2021). Menurut Teori Inovasi, sesuatu yang semula dianggap tidak mungkin dan tidak dapat diselesaikan, dapat menjadi mungkin apabila disertai dengan upaya yang serius (Pullteap & Kheovichai, 2019). Pelaksanaan inovasi bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan, lalu menghadirkan hal-hal baru yang memberikan peningkatan signifikan terhadap produk atau layanan (Setiawardani, 2021). Oleh karena itu, inovasi dilakukan dengan titik tolak dari permasalahan serta kebutuhan konsumen, untuk kemudian menghasilkan pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan pasar. Strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan, baik dari segi desain produk, penempatan produk, promosi, penetapan harga, hingga pemanfaatan teknologi digital yang canggih.

C. Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha merupakan proses penting yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu usaha memiliki potensi keuntungan dan seberapa besar risiko kerugian yang mungkin dihadapi. Pelaksanaan studi ini harus dilakukan secara menyeluruh dan sistematis agar dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai prospek usaha ke depan. Menurut Franka et al. (2021), tahapan dalam studi kelayakan meliputi lima langkah utama, yaitu pengumpulan data dan informasi, pengolahan data dan informasi, analisis data, pengambilan keputusan, serta penyusunan rekomendasi berdasarkan hasil analisis. Studi kelayakan tidak hanya menjadi alat bantu dalam perencanaan usaha, tetapi juga menjadi pedoman penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta mengantisipasi risiko kerugian yang mungkin terjadi (Evanny, 2012). Dalam melakukan studi kelayakan, setiap aspek yang dinilai harus memenuhi standar nilai tertentu agar usaha yang dijalankan benar-benar layak dari berbagai sisi. Proses pengambilan keputusan tidak boleh hanya mempertimbangkan satu aspek saja, melainkan harus dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan seluruh aspek yang relevan dan saling berkaitan (Liu et al., 2020).

D. Studi Terdahulu

Berikut berdasarkan penelitian terdahulu yang menjadi rujukkan dalam penelitian ini:

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

Tabel 3 Studi Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Analisis Strategi Inovasi dalam Pengembangan UMKM di Indonesia (Setiwardani, 2021)	Kualitatif deskriptif	UMKM berbagai sektor di Indonesia	UMKM menghadapi kendala dalam dana dan keterampilan SDM yang menyebabkan keterlambatan inovasi dan digitalisasi usaha.
2	Inovasi dan Kelayakan Usaha Berbasis Pasar (Franka et al., 2021)	Studi kelayakan usaha	Usaha kuliner skala kecil	Inovasi berbasis kebutuhan pasar terbukti meningkatkan daya saing; kelayakan usaha harus dianalisis melalui lima tahap sistematis.
3	Studi Kelayakan Usaha Sebagai Alat Antisipasi Risiko Usaha (Evanny, 2012)	Studi kepustakaan	Usaha kecil menengah di sektor jasa	Studi kelayakan sangat penting untuk menghadapi risiko usaha dan memberikan dasar kuat dalam pengambilan keputusan bisnis.
4	Pengambilan Keputusan Investasi Melalui Analisis Multi-Aspek (Liu et al., 2020)	Kuantitatif evaluatif	UMKM di Tiongkok	Pengambilan keputusan investasi yang efektif memerlukan analisis seluruh aspek kelayakan, tidak hanya aspek finansial.
5	Strategi Bertahan UMKM Kuliner di Tengah Digitalisasi (Soumena et al., 2024)	Studi kasus	UMKM kuliner di Bandung	UMKM kuliner bertahan melalui inovasi produk dan adopsi teknologi digital seperti aplikasi pemesanan dan media sosial sebagai strategi pemasaran.

E.Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini merupakan perumusan permasalahan terhadap objek dengan menggunakan pendekatan ekonomi teknik yang saing berintegrasi (Ismawan et al, 2024).

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kelayakan bisnis dengan pendekatan observasi, wawancara, dan studi pustaka, serta menggunakan data primer yang diperoleh dari pengamatan langsung dan wawancara dengan pemilik *Waroeng Tansu Om RFP*, serta data sekunder dari dokumen perusahaan, instansi pemerintah, dan literatur terkait (Franka et al., 2021; Liu et al., 2020). Analisis kelayakan dilakukan dengan pendekatan teknis berupa *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP) (Evanny, 2012). Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan langsung rencana aksi berbasis digital melalui rancangan strategi promosi yang melibatkan pengembangan situs web oleh web developer sebagai bentuk inovasi untuk meningkatkan daya saing usaha (Setiwardani, 2021; Soumena et al., 2024).

4. HASIL, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Modal Awal

Modal awal merupakan bentuk investasi awal yang digunakan untuk mempersiapkan seluruh kebutuhan dasar dalam menjalankan usaha, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang (Ismawan et al., 2024). Dalam konteks bisnis UMKM, modal ini umumnya dialokasikan untuk pengadaan peralatan, perlengkapan produksi, kebutuhan operasional awal, hingga biaya tenaga kerja sebagai berikut:

Tabel 4 Biaya Operasional

Jumlah Pekerja	Upah Pekerja
4 Pekerja	Rp1.375.000/bulan per pekerja
TOTAL	**Rp5.500.000/perbulan**

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

Tabel 5 Biaya Peralatan

Equipment	***Quantity***	***Price***
Mobil	1	Rp100.000.000
Pulpen	2	Rp2.000
Nota / Buku Faktur	2	Rp1.000
Piring	15	Rp225.000
Set Sendok & Garpu	1 set	Rp15.000
Sarung Tangan Plastik	1 pack	Rp6.000
Talenan	1	Rp45.000
Kompor Gas	1	Rp400.000
Dandang	1	Rp125.000
Wadah Makanan	7	Rp70.000
Panci	1	Rp50.000
Parutan Keju	1	Rp8.000
Pisau	2	Rp60.000
Sendok Es Krim	2	Rp98.000
Wajan	1	Rp100.000
Nampan	1	Rp38.000
Kasir Portabel	1	Rp1.500.000
Gerobak	1	Rp3.500.000
Freezer	1	Rp3.500.000
Kulkas	1	Rp4.000.000
Meja dan Kursi	6	Rp6.000.000
Tenda	2	Rp2.000.000
Total		**Rp127.900.000**

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5 dapat diketahui bahwa total modal awal untuk memulai usaha Waroeng Tansu Om RFP dari biaya operasional dan biaya peralatan sebesar Rp133.400.000. Ini mencakup pembelian seluruh peralatan dan perlengkapan, serta biaya gaji tenaga kerja selama satu bulan.

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

B. Analisa Pendapatan

Analisis pendapatan dilakukan untuk mengetahui potensi penerimaan usaha dari hasil penjualan produk dalam periode tertentu (Ismawan et al., 2024). Pendapatan merupakan salah satu komponen utama yang menentukan kelayakan finansial suatu usaha, terutama dalam tahap awal operasional.

Tabel 6 Data Untung Rugi

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Pendapatan Penjualan	Rp515,625,000	Rp541,406,250	Rp568,476,563	Rp596,900,391	Rp626,745,410
Dikurangi: Harga Pokok Penjualan	Rp310,420,000	Rp310,420,000	Rp310,420,000	Rp310,420,000	Rp310,420,000
Gaji Tenaga Kerja	Rp55,000,000	Rp55,000,000	Rp55,000,000	Rp55,000,000	Rp55,000,000
Gas Elpiji	Rp2,420,000	Rp2,420,000	Rp2,420,000	Rp2,420,000	Rp2,420,000
Bahan Baku	Rp220,000,000	Rp220,000,000	Rp220,000,000	Rp220,000,000	Rp220,000,000
Listrik	Rp11,000,000	Rp11,000,000	Rp11,000,000	Rp11,000,000	Rp11,000,000
Transportasi	Rp22,000,000	Rp22,000,000	Rp22,000,000	Rp22,000,000	Rp22,000,000
Laba Kotor	Rp205,205,000	Rp230,986,250	Rp258,056,563	Rp286,480,391	Rp316,325,410
Dikurangi: Biaya Operasional	Rp1,650,000	Rp1,650,000	Rp1,650,000	Rp1,650,000	Rp1,650,000
Iklan (Instagram)	Rp550,000	Rp550,000	Rp550,000	Rp550,000	Rp550,000
Kuota Internet	Rp1,100,000	Rp1,100,000	Rp1,100,000	Rp1,100,000	Rp1,100,000
Dikurangi: Pajak (15%)	Rp77,343,750	Rp81,210,938	Rp85,271,484	Rp89,535,059	Rp94,011,826
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp126,211,250	Rp148,125,313	Rp171,135,078	Rp195,295,332	Rp220,663,599

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa laporan laba rugi selama lima tahun menunjukkan bahwa usaha mengalami pertumbuhan yang stabil dan efisien. Pendapatan penjualan meningkat secara konsisten dari Rp515.625.000 pada tahun pertama menjadi Rp626.745.410 pada tahun kelima, sementara biaya pokok penjualan tetap konstan di angka Rp310.420.000 setiap tahun. Hal ini mencerminkan efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi dan operasional. Laba kotor pun meningkat signifikan seiring kenaikan pendapatan, didukung oleh biaya operasional yang sangat rendah dan tidak berubah selama lima tahun. Pajak yang dikenakan sebesar 15% turut meningkat mengikuti besarnya laba. Secara keseluruhan, laba bersih setelah pajak mengalami kenaikan tajam, dari Rp126.211.250

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

menjadi Rp220.663.599, menandakan bahwa usaha ini dikelola dengan baik dan menunjukkan kinerja keuangan yang positif dan berkelanjutan.

C. Depresiasi

Tabel 7 Depresiasi

Book Value	Market Value	Selisih Value	Kena Pajak
Rp6,000,000	Rp30,000,000	Rp24,000,000	Rp9,600,000
Rp180,000	Rp30,000,000	Rp29,820,000	Rp11,928,000
Rp210,000	Rp2,200,000	Rp1,990,000	Rp796,000
Rp240,000	Rp1,500,000	Rp1,260,000	Rp504,000
Rp24,000	Rp150,000	Rp126,000	Rp50,400
Rp360,000	Rp4,000,000	Rp3,640,000	Rp1,456,000
Rp90,000	Rp800,000	Rp710,000	Rp284,000
Rp90,000	Rp600,000	Rp510,000	Rp204,000
Rp210,000	Rp3,900,000	Rp2,790,000	Rp1,116,000
Rp90,000	Rp500,000	Rp410,000	Rp164,000
Rp60,000	Rp300,000	Rp240,000	Rp96,000
Rp120,000	Rp1,000,000	Rp880,000	Rp352,000
Rp7,674,000	Rp74,050,000	Rp66,376,000	Rp26,550,400

Pada Tabel 7 menunjukkan rincian depresiasi atas fasilitas yang termasuk dalam investasi awal usaha *Waroeng Tansu Om RFP* dengan menggunakan metode MACRS (*Modified Accelerated Cost Recovery System*) selama lima tahun masa ekonomis. Tidak terdapat depresiasi pada tahun ke-0 karena aset baru dibeli. Mulai tahun pertama hingga kelima, depresiasi dihitung dengan mengalikan persentase MACRS dengan harga beli aset. Nilai buku diperoleh dari sisa akumulasi depresiasi (100%-96%) dikalikan harga beli, sedangkan nilai pasar diasumsikan tetap ada setelah umur ekonomis berakhir. Selisih antara nilai pasar dan nilai buku disebut sebagai selisih nilai, dan dikenakan pajak sebesar 15% dari nilai tersebut.

Tabel 8 Biaya Modal

Kasus: Urunan				
Modal	Rp 258.395.000			
Inflasi	5%			
Jenis Investasi	**Return**	**Share**	**Nominal (Rp)**	**r (WACC)**
Deposito	5%	40%	Rp103,358,000	2,00%
Reksadana (Aurora Sharia Equity)	22%	30%	Rp77,518,500	6,60%
Saham	10%	30%	Rp77,518,500	3,00%
TOTAL		100%	Rp258,395,000	11,60%

Berdasarkan Tabel 8 menjelaskan perhitungan biaya modal untuk usaha *Waroeng Tansu Om RFP*. Pemilik usaha mengalokasikan dana investasinya ke dalam tiga instrumen keuangan, yaitu deposito

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

dengan tingkat imbal hasil 5%, reksa dana sebesar 22%, dan saham sebesar 10%. Proporsi penempatan dana adalah 40% pada deposito, 30% pada reksa dana, dan 30% pada saham. Berdasarkan kombinasi proporsi dan tingkat imbal hasil tersebut, diperoleh biaya modal rata-rata tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*/WACC) sebesar 11,60%, yang digunakan sebagai acuan dalam menilai kelayakan investasi usaha.

Tabel 9 Analisa Keputusan

No	Metode Kelayakan	Nilai	Indikator Layak	Hasil
1	NPV	Rp1.131.557.216	NPV > 0	Layak
2	IRR	79%	IRR > Cost of Capital (11,6%)	Layak
3	*Payback Period* (PP)	Tahun ke-3	PP < umur proyek	Layak
4	B/C *Ratio*	3,06	B/C > 1	Layak

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan hasil analisis kelayakan investasi usaha *Waroeng Tansu Om RFP* melalui empat indikator utama, yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan *Benefit Cost Ratio* (BCR). Berdasarkan hasil tersebut, terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan investasi:

A. NPV > 0, maka usaha dinyatakan layak secara finansial karena menghasilkan nilai bersih positif atas investasi.
B. IRR > MARR (Minimum Attractive Rate of Return) atau lebih besar dari biaya modal (*Cost of Capital*) sebesar 11,60%, sehingga investasi dapat diterima. *Payback Period* (PP) atau periode pengembalian investasi tercapai pada tahun ke-3, yang merupakan waktu pengembalian yang masih efisien untuk usaha UMKM.
C. BCR (*Benefit Cost Ratio*) selama tahun ke-1 hingga ke-5 selalu bernilai ≥ 1, menandakan bahwa setiap rupiah biaya yang dikeluarkan menghasilkan manfaat lebih besar, sehingga usaha dapat diterima.

D. *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) atau titik impas adalah kondisi di mana total pendapatan usaha sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun rugi. BEP menjadi indikator penting untuk mengetahui minimal jumlah penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak merugi.

Tabel 11 BEP (*Break Event Point*)

***Price* (P)**	Rp 25.000	/unit
***Quantity* (Q)**	1875	unit/bulan

Dapat diketahui bahwa pada Tabel 9 menunjukkan harga jual produk yang ditawarkan di *Waroeng Tansu Om RFP* adalah sebesar Rp25.000 per unit, dengan jumlah produk yang terjual setiap bulannya mencapai 1.875 unit. Angka ini mencerminkan estimasi volume penjualan bulanan yang menjadi dasar dalam perhitungan pendapatan usaha serta analisis kelayakan finansial, termasuk perhitungan *Break Even Point* (BEP) dan proyeksi laba bersih tahunan pada Lampiran 1 nilai BEP sebesar 496 unit yang diperoleh dari Tingkat produksi dari total pendapatan kedai sama dengan total pengeluarannya.

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

5. KESIMPULAN

Kelayakan usaha Waroeng Tansu Om RFP dinyatakan layak berdasarkan hasil analisis investasi yang mencakup empat indikator utama, yaitu NPV, IRR, PP, dan BCR. Nilai NPV sebesar Rp1.131.557.216 menunjukkan hasil positif, IRR sebesar 79% melebihi biaya modal 11,60%, Payback Period tercapai pada tahun ke-3 yang tergolong cepat untuk skala UMKM, serta nilai BCR selama lima tahun selalu ≥ 1. Berdasarkan keempat indikator tersebut, usaha ini layak secara finansial untuk dijalankan dan dikembangkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2023. *Kota Bandung dalam Angka 2023*. Bandung: BPS Kota Bandung. Available at: https://bandungkota.bps.go.id/publication/2023/02/28/13fdfc9d27b1f2c450de2ed4/kota-bandung-dalam-angka-2023.html [Accessed 7 Jun. 2025].

Evanny Indri Hapsari, 2012. 'Kekuatan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Manufaktur di BEI', *Jurnal Dinamika Manajemen*, 3(2), pp.101-109.

Falahat, M., Knight, G. & Alon, I., 2020. Orientations and capabilities of born global firms from emerging markets. *International Market Review*, 35(6), pp.936–957.

Hendra, F., Supriyono, S., Efendi, R., Rosalinda, R. & Indriyati, R., 2021. A business feasibility analysis of small and medium enterprises for product strategy determination. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), pp.421–431.

Ismawan, M.A., Pratama, I.A. & Saputra, R., 2025. Analisis kelayakan bisnis dengan pendekatan ekonomi teknik usaha angkringan (studi kasus Angkringan 86 Forum Komunikasi Pemuda Pangkat, Tangerang, Banten). *Jurnal Inkofar*, 8(2).

Kemenparekraf, P., 2020. *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Liu, J. & Filimonau, V., 2020. Exploring the business feasibility of childcare provision in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102394.

Pullteap, S. & Kheovichai, K., 2019. Feasibility analysis of investment cost for medical equipment business via E-commerce system. In: *2019 7th International Electrical Engineering Congress (iEECON)*. [online] IEEE. Available at: https://ieeexplore.ieee.org/document/8991452 [Accessed 7 Jun. 2025].

Setiawardani, M., 2022. Peran inovasi dalam membangun keunggulan bersaing sektor UMKM bidang kuliner pascadisrupsi akibat pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), pp.25–38.

Soumena, F.Y., Umaima, U., Nurwahida, N. & Syam, D.R.Y., 2024. The influence of SME funding and non-performing financing on Indonesia's economic growth in the period 2015–2022. *Return: Study of Management, Economic and Business*, 3(3), pp.166–180.

Sugiri, D., 2020. Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), pp.76–86.

Udriyah, J. & Ferdouz, 2019. The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Toronto: Growing Science*.

9. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami juga ingin menyampaikan terima kasih kepada *Waroeng Tansu Om RFP* atas kesediaannya memberikan wawasan dan data bisnis yang sangat berharga untuk keperluan penelitian ini. Terakhir, kami mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga dan teman-

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

teman kami atas dukungan serta semangat yang tak henti-hentinya selama proses penyusunan penelitian ini.

10. LAMPIRAN

Lampiran 1 *Direct Costs and Indirect Costs*

			Keterangan			Keterangan
Biaya Tetap (Fixed Cost)						
Sewa Tempat	Rp	1.000.000				
Gaji	Rp	5.000.000				
TOTAL	**Rp**	**6.000.000**				
Biaya Variabel (Variable Cost)				Rp	11.651 /unit	
Bahan Baku	Rp	20.000.000				
Bensin	Rp	1.625.000				
Gas	Rp	220.000				
TOTAL	**Rp**	**21.845.000**	/bulan			
Biaya Tidak Langsung						
Biaya Tetap (Fixed Cost)	**Rp**	**-**	/bulan			
Biaya Variabel (Variable Cost)				Rp	1.253 /unit	
Akomodasi	Rp	2.000.000				
Kuota internet	Rp	100.000				
Advertising	Rp	50.000				
Alat tulis	Rp	200.000				
TOTAL	**Rp**	**2.350.000**	/bulan			

Total Fixed Cost and Variable Cost

Total Fixed Cost (FC)	Rp	6.000.000	/bulan			
Total Variable Cost (VC)	Rp	24.195.000	/bulan	Rp	12.904 /unit	

Pada Lampiran 1 Warna dalam tabel digunakan untuk membedakan jenis biaya secara visual: warna oranye menandai biaya tetap langsung (Fixed Cost) seperti sewa tempat dan gaji yang nilainya tetap setiap bulan, warna hijau menunjukkan biaya variabel langsung (Variable Cost) seperti bahan baku, bensin, dan gas yang berubah sesuai jumlah produksi, sedangkan warna kuning muda digunakan untuk biaya variabel tidak langsung, seperti akomodasi, kuota internet, iklan, dan alat tulis.

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

Lampiran 2 Sensitivity Analysis

			Price (P) **-20%**	Quantity (Q) **-20%**	Fixed Cost (FC) **20%**	Variabel Cost (VC) **20%**	
FC VC		Rp 6.000.000				Rp 15.485	
		Rp 12.904					
Q		1875	1875	1500	1875	1875	
P		Rp 25.000	Rp 20.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	
P.Q		Rp 46.875.000					
VC.Q		Rp 24.195.000					
Sales			Rp 37.500.000	Rp 37.500.000	Rp 46.875.000	Rp 46.875.000	
Total Biaya Tetap (Fixed Cost)			Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 7.200.000	Rp 6.000.000	
Total Biaya Variable (Variable Cost)		Rp 24.195.000		Rp 19.356.000	Rp 24.195.000	Rp 29.034.000	
EBIT		**Rp 16.680.000**	Rp 7.305.000	Rp 12.144.000	Rp 15.480.000	Rp 11.841.000	
			-Rp 9.375.000	-Rp 4.536.000	-Rp 1.200.000	-Rp 4.839.000	Deviasi/ Selisih
EBT	**Rp 16.680.000**		Rp 7.305.000	Rp 12.144.000	Rp 15.480.000	Rp 11.841.000	
Taxes (15%)	**Rp 2.502.000**		Rp 1.095.750	Rp 1.821.600	Rp 2.322.000	Rp 1.776.150	
EAC atau (Net Profit)	**Rp 14.178.000**		Rp 6.209.250	Rp 10.322.400	Rp 13.158.000	Rp 10.064.850	

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

Dalam tabel *Lampiran 2 Sensitivity Analysis*, warna digunakan untuk menyoroti perubahan dan pengaruh masing-masing variabel terhadap profitabilitas usaha. Warna biru digunakan untuk menunjukkan skenario perubahan harga jual (Price), warna jingga menunjukkan variasi pada jumlah produksi (Quantity), dan warna kuning menandai perubahan pada biaya tetap (Fixed Cost). Sementara itu, warna hijau digunakan untuk menandai perubahan biaya variabel per unit (Variable Cost). Warna merah muda (pink) menunjukkan hasil perhitungan berupa deviansi/selisih dari nilai laba bersih terhadap kondisi dasar, menyoroti seberapa besar dampak masing-masing perubahan terhadap keuntungan. Dengan pewarnaan ini, pembaca dapat dengan cepat mengidentifikasi variabel yang paling sensitif terhadap perubahan dan dampaknya terhadap keuntungan akhir (net profit).

Lampiran 3 Relevant Cash Flow

	tahun 0		tahun 1		tahun 2		tahun 3		tahun 4		tahun 5	
Initial Investment												
Mobil	Rp	100.000.000										
Digitalisasi	Rp	3.000.000										
Freezer	Rp	3.500.000										
Kulkas	Rp	4.000.000										
Kompor	Rp	400.000										
Set Meja	Rp	6.000.000										
Peralatan Makan	Rp	1.500.000										
Mesin kasir portable	Rp	1.500.000										
Gerobak	Rp	3.500.000										
Peralatan dapur	Rp	1.500.000										
Neon box	Rp	1.000.000										
Tenda	Rp	2.000.000										
Total Initial Investment	Rp	127.900.000										
Net working Capital												
Bensin	Rp	17.875.000	Rp	17.875.000	Rp	17.875.000	Rp	17.875.000	Rp	17.875.000	Rp	17.875.000
Sewa tempat	Rp	11.000.000	Rp	11.000.000	Rp	11.000.000	Rp	11.000.000	Rp	11.000.000	Rp	11.000.000
Gaji tenaga kerja	Rp	55.000.000	Rp	55.000.000	Rp	55.000.000	Rp	55.000.000	Rp	55.000.000	Rp	55.000.000
Alat tulis	Rp	2.200.000	Rp	2.200.000	Rp	2.200.000	Rp	2.200.000	Rp	2.200.000	Rp	2.200.000
Gas Elpiji	Rp	2.420.000	Rp	2.420.000	Rp	2.420.000	Rp	2.420.000	Rp	2.420.000	Rp	2.420.000
Bahan Baku	Rp	20.000.000	Rp	20.000.000	Rp	20.000.000	Rp	20.000.000	Rp	20.000.000	Rp	20.000.000
Akomodasi	Rp	22.000.000	Rp	22.000.000	Rp	22.000.000	Rp	22.000.000	Rp	22.000.000	Rp	22.000.000
Total Net Working Capital	Rp	130.495.000	Rp	130.495.000	Rp	130.495.000	Rp	130.495.000	Rp	130.495.000	Rp	130.495.000
Operating Cash Flow												
Sales			Rp	515.625.000	Rp	541.406.250	Rp	568.476.563	Rp	596.900.391	Rp	626.745.410
COGS			Rp	130.495.000	Rp	137.019.750	Rp	143.870.738	Rp	151.064.274	Rp	158.617.488
Gross Profit			Rp	385.130.000	Rp	404.386.500	Rp	424.605.825	Rp	445.836.116	Rp	468.127.922
Adm+Operating expenses			Rp	1.650.000	Rp	1.650.000	Rp	1.650.000	Rp	1.650.000	Rp	1.650.000
EBDIT			Rp	383.480.000	Rp	402.736.500	Rp	422.955.825	Rp	444.186.116	Rp	466.477.922
Depreciation (-)			Rp	25.940.000	Rp	40.544.000	Rp	24.326.400	Rp	14.734.080	Rp	17.215.680
EBIT			Rp	357.540.000	Rp	362.192.500	Rp	398.629.425	Rp	429.452.036	Rp	449.262.242
Taxes (15%)			Rp	53.631.000	Rp	54.328.875	Rp	59.794.414	Rp	64.417.805	Rp	67.389.336
NOPAT			Rp	303.909.000	Rp	307.863.625	Rp	338.835.011	Rp	365.034.231	Rp	381.872.906
Depreciation (+)			Rp	25.940.000	Rp	40.544.000	Rp	24.326.400	Rp	14.734.080	Rp	17.215.680
OCF			Rp	329.849.000	Rp	348.407.625	Rp	363.161.411	Rp	379.768.311	Rp	399.088.586
Terminal Cash Flow												
Selisih Value											Rp	66.376.000
Pajak											Rp	26.550.400
Terminal Cash Flow											Rp	170.320.600
	tahun 0		tahun 1		tahun 2		tahun 3		tahun 4		tahun 5	
Relevant cash flow	Rp	258.395.000	Rp	199.354.000	Rp	217.912.625	Rp	232.666.411	Rp	249.273.311	Rp	268.593.586
	-Rp	258.395.000	Rp	199.354.000	Rp	217.912.625	Rp	232.666.411	Rp	249.273.311	Rp	268.593.586

Pada Lampiran 3 ini menyajikan perhitungan arus kas proyek investasi berdasarkan komponen utama investasi dan operasional. Warna biru menunjukkan komponen Initial Investment, yaitu modal awal sebesar Rp127.900.000 yang dikeluarkan pada tahun ke-0. Warna oranye digunakan untuk Net Working Capital (modal kerja bersih) yang dikeluarkan secara rutin setiap tahun sebesar Rp130.495.000. Sementara itu, warna kuning terang menandai bagian Operating Cash Flow (OCF), yaitu aliran kas

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved

masuk dari operasional yang meningkat setiap tahun seiring performa bisnis. Warna hijau muda mengindikasikan Terminal Cash Flow, yaitu nilai kas masuk terakhir yang diperoleh di akhir proyek (tahun ke-5) sebesar Rp170.320.600. Akhirnya, warna abu-abu pada bagian bawah menandai Relevant Cash Flow, yaitu total aliran kas yang relevan dalam evaluasi kelayakan investasi berdasarkan waktu.

Lampiran 4 Depreasiasi

Depreciation (MACRS)	Harga	Economic Life	tahun 0	tahun 1	tahun 2	tahun 3	tahun 4	tahun 5
Mobil	Rp 100.000.000	5		Rp 20.000.000	Rp 32.000.000	Rp 19.200.000	Rp 11.520.000	Rp 11.520.000
Digitalisasi	Rp 3.000.000	5		Rp 960.000	Rp 576.000	Rp 345.600	Rp 345.600	Rp 2.827.200
Freezer	Rp 3.500.000	5		Rp 700.000	Rp 1.120.000	Rp 672.000	Rp 403.200	Rp 403.200
Kulkas	Rp 4.000.000	5		Rp 800.000	Rp 1.280.000	Rp 768.000	Rp 460.800	Rp 460.800
Kompor	Rp 400.000	5		Rp 80.000	Rp 128.000	Rp 76.800	Rp 46.080	Rp 46.080
Set Meja	Rp 6.000.000	5		Rp 1.200.000	Rp 1.920.000	Rp 1.152.000	Rp 691.200	Rp 691.200
Peralatan Makan	Rp 1.500.000	5		Rp 300.000	Rp 480.000	Rp 288.000	Rp 172.800	Rp 172.800
Mesin kasir portable	Rp 1.500.000	5		Rp 300.000	Rp 480.000	Rp 288.000	Rp 172.800	Rp 172.800
Gerobak	Rp 3.500.000	5		Rp 700.000	Rp 1.120.000	Rp 672.000	Rp 403.200	Rp 403.200
Peralatan dapur	Rp 1.500.000	5		Rp 300.000	Rp 480.000	Rp 288.000	Rp 172.800	Rp 172.800
Neon box	Rp 1.000.000	5		Rp 200.000	Rp 320.000	Rp 192.000	Rp 115.200	Rp 115.200
Tenda	Rp 2.000.000	5		Rp 400.000	Rp 640.000	Rp 384.000	Rp 230.400	Rp 230.400
TOTAL				Rp 25.940.000	Rp 40.544.000	Rp 24.326.400	Rp 14.734.080	Rp 17.215.680

tahun 1	20%
tahun 2	32%
tahun 3	19,2%
tahun 4	11,52%
tahun 5	11,52%
Akm. Depresiasi	94%

Pada Lampiran 4 warna pink muda merupakan total depresiasi dari tahun 1-tahun 5 sedangkan warna ungu merupakan persentase akumulasi depresiasi.

© 2025, Jurnal Inkofar All Rights Reserved