

ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN BISNIS DAN RANCANGAN BISNIS MODEL KANVAS “WARUNG KELONTONG RIANI”

Ignatius Fuji Ianta, Alexius Bambang Sungkowo.

Program Studi Manajemen, Peminatan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Atma Jaya Indonesia

ignafunta@gmail.com , bambang.sungkowo@atmajaya.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah layak melakukan pengembangan investasi warung Riani dengan Analisa kelayakkan keuangan dan merancang bisnis model kanvas. Data penelitian yang digunakan adalah data primer yaitu wawancara langsung dengan pemilik warung Riani dan data sekunder meliputi, perpustakaan, website, pemasok, perhitungan NPV dan *Payback Period* dan teknik analisis secara deskriptif kuantitatif . Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Net Present value* yaitu Rp688.975.429,00 (positif,) maka investasi pengembangan warung tersebut layak dilakukan, dan hasil *Payback Period* yaitu 2 tahun 6 bulan lebih kecil dari umur ekonomis investasi (20 tahun), maka investasi pengembangan layak untuk dilakukan. Sedangkan hasil identifikasi bisnis model kanvas, pada elemen *customer relationship* manajemen memberi pelayanan ramah dan sopan kepada semua pelanggan yang datang dan memberi kredit bagi pelanggan yang loyal. Pada elemen channel terdapat direct selling. Pada elemen value proposition ,manajemen memberikan harga kompetitif dan free *delivery order*, pada elemen key partner diketahui manajemen warung kerjasama dengan beberapa distributor dan bank BRI. Hal ini menjadi peluang bagi pemilik Warung Kelontong Riani mengembangkan bisnisnya di wilayah mampang prapatan, Jakarta Selatan.

Keywords : warung kelontong, nilai NPV positif, Bisnis Model Kanvas

I. PENDAHULUAN.

Warung kelontong Riani yaitu toko lokal berukuran kecil berlokasi di kelurahan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan dekat perumahan padat penduduk di jalan ramai dan mudah diakses oleh umum. Pemilik warung menjual kebutuhan sehari-hari seperti sembako, makanan dan minuman ringan, rokok dan gerai transaksi online secara retail. Saat ini UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) berhasil menjadi sumber usaha yang menghidupkan 58,97 juta rakyat Indonesia dan menjadi salah satu mesin penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia

(<https://www.modalrakyat.id/blog/ini-nih-bukti-kepedulian-pemerintah-terhadap-umkm>)

Tabel di bawah ini menunjukkan perkembangan usaha mikro, kecil menengah yang mendukung sebagian besar perekonomian di Indonesia. Dari tabel 1.1, diketahui bahwa pangsa pasar Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada tahun 2017 dan 2018 sebesar 99.9%, sedangkan tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil, Menengah pada tahun 2017 sebesar 96,8% dan tahun 2018 naik menjadi sebesar 97%. Data persentase pangsa

pasar dari BPS menunjukkan bahwa besar
peluang usaha Mikro, Kecil dan

Menengah, seperti : Warung Kelontong
Riani.

TABEL1.1 Tabel Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)

NO	Indikator	Tahun 2017		Tahun 2018	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)
1	Unit Usaha (Unit)	62.928.077		64.199.606	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	62.922.617	99,99	64.194.057	99,99
	• Usaha Mikro (Umi)	62.106.900	98,70	63.350.222	98,68
	• Usaha Kecil (UK)	757.090	1,20	783.132	1,22
	• Usaha Menengah (UM)	58.627	0,09	60.702	0,09
	B. Usaha Besar (UB)	5.460	0,01	5.550	0,01
2	Tenaga Kerja (Orang)	120.260.177		120.598.138	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	116.431.224	96,82	116.978.631	97,00
	• Usaha Mikro (Umi)	105.509.631	87,73	107.376.540	89,04
	• Usaha Kecil (UK)	6.546.742	5,44	5.831.256	4,84
	• Usaha Menengah (UM)	4.374.851	3,64	3.770.835	3,13
	B. Usaha Besar (UB)	3.828.953	3,18	3.619.507	3,00
3	PDB Atas Harga Berlaku (Rp)	12.840.859,0		14.038.598,5	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	7.820.282,6	60,90	8.573.895,3	61,07
	• Usaha Mikro (Umi)	4.827.398,9	37,59	5.303.075,7	37,77
	• Usaha Kecil (UK)	1.234.334,1	9,61	1.347.104,3	9,60
	• Usaha Menengah (UM)	1.758.549,6	13,69	1.923.715,4	13,70
	B. Usaha Besar (UB)	5.020.576,4	39,10	5.464.703	38,93

Sumber: Kementerian Koperasi dan Kecil dan Menengah yang diolah dari data BPS

TABEL 1.2 Tabel Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kelurahan Jakarta Selatan

Kecamatan	Luas (KM2)	Penduduk		Jumlah L/P	Kepadatan	Rasio
		Laki-laki	Perempuan			
		(Jiwa)	(Jiwa)			
Jagakarsa	24.87	196,258	194,014	390,272	15,695	101
Pasar Minggu	21.69	154,318	152,931	307,249	14,163	101
Cilandak	18.16	98,884	102,679	201,563	11,098	96
Pesanggrahan	12.76	111,767	110,755	222,522	17,445	101

Keb. Lama	16.72	153,086	154,648	307,734	18,407	99
Keb. Baru	12.93	71,337	72,447	143,784	11,124	98
Mp. Prapatan	7.73	75,193	71,548	146,741	18,982	105
Pancoran	8.63	77,892	76,801	154,693	18,140	101
Tebet	9.03	105,019	106,268	211,287	23,386	99
Setia Budi	8.85	70,934	70,051	140,985	15,934	101
Total Jumlah	141.37	1,114,688	1,112,142	2,226,830	15,764	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari tabel 1.2 tentang data tingkat kepadatan penduduk di daerah kelurahan Mampang Selatan sebesar 146.741 jiwa bersumber dari BPS, dapat menjadi pertimbangan bagi Warung Kelontong Riani untuk mengembangkan usahanya, khususnya Kelurahan Mampang Prapatan yang berpotensi menjadi konsumen, dan juga banyak rumah sewa maupun rumah kos-kosan bagi pekerja yang ada di wilayah Kelurahan Mampang Prapatan dan sekitarnya, sehingga menjadi peluang bagi usaha Warung Kelontong Riani untuk memenuhi kebutuhan konsumennya akan barang-barang keperluan sehari-hari.

II. LITERATUR DAN METODE

Menurut Kotler (2012:535) “*Retailing includes all the activities involved in selling goods or service directly to final consumer for their personal non business use*”. Artinya, Usaha Eceran/Ritel mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi mereka bukan untuk bisnis. Warung Kelontong Riani sebagai ritel, menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dicari dan dibutuhkan oleh konsumen, walaupun terdapat pesaing dari ritel lain seperti Minimarket Alfamart, Indomaret dan pasar tradisional (Pasar Mampang

Prapatan), namun tidak menjadi halangan bagi Warung Kelontong Riani, karena pesaing dari ritel tersebut letaknya relative jauh dari pemukiman masyarakat yang menjadi target pasar Warung Kelontong Riani, sekitar 300 meter, dan tidak mempengaruhi jumlah konsumen yang ada di sekitar warung tersebut. Untuk menilai bahwa Warung Kelontong Riani memiliki prospek pengembangan bisnis yang bagus dengan jumlah konsumen potensial yang berbelanja di Warung Kelontong Riani, penulis melakukan sebuah survey kecil dengan metode deskriptif untuk mengetahui animo masyarakat berbelanja ke Warung Kelontong Riani di Kelurahan Mampang Prapatan dan sekitarnya, dengan memberikan kuisioner kepada 50 orang konsumen. Berdasarkan hasil dari pengujian pengembangan produk Warung Kelontong Riani yang telah dilakukan, segmentasi usia konsumen beragam mulai dari usia 10 tahun sampai dengan lebih dari 51 tahun. Kemudian sebesar 70% konsumen lebih menyukai berbelanja di warung kelontong/toko, karena alasannya lebih dekat dengan tempat tinggal dan harganya tidak terlalu mahal untuk membeli eceran. Lalu, untuk barang yang paling sering dibeli adalah makanan dan minuman ringan sebesar 34%, rokok 30%, sembako 22% dan yang terendah adalah pembelian sabun mandi/cuci sebesar 14%.

Dari hasil keseluruhan kuisioner tersebut dapat diketahui bahwa pada dasarnya konsumen tertarik dan puas berbelanja di Warung Kelontong Riani, sehingga pengembangan yang nantinya dilakukan dirasa tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

lengkap, terjangkau dan menguntungkan”. Sementara misinya adalah “Menyediakan barang-barang keperluan sehari-hari dengan lengkap dan berkualitas dengan memberikan pelayanan yang ramah dan memudahkan konsumen”.

III. STRATEGI BISNIS

Warung Kelontong Riani dalam aktivitas bisnisnya, memiliki visi dan misi, visi dari Warung Kelontong Riani adalah “Menjadi ritel yang menjual barang dagangan dengan

TABEL 2.1 Bisnis Model Kanvas Warung Kelontong Riani

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segmented</i>
1. Toko grosir 2. Distributor 3. Agen Gas dan Aqua 4. Bank BRI	1. Pembelian barang dagangan. 2. Melakukan sortir barang. 3. Melakukan penataan barang	1. Harga yang Kompetitif dengan kualitas pelayanan yang baik (free delivery order) 2. Barang dagangan selalu baru (minimal tidak kadaluarsa)	1. Pelayanan Konsumen yang ramah dan sopan 2. Memberikan kredit bagi konsumen loyal	1. Demografi: usia diatas 8 tahun , pria dan wanita 2. Psikografi: Masyarakat senang berbelanja di warung 3. Geografi : Masyarakat di keluarahan Mampang Prapatan dan sekitarnya Jabodetabek
	<i>Key Resources</i> 1. Barang dagangan 2. Sumber daya manusia		<i>Channels</i> 1. <i>Direct Selling</i>	
<i>Cost Structure</i> 1. Biaya Modal (<i>Capital Cost</i>) 2. Biaya Operasional (<i>Operasional Cost</i>)			<i>Revenue Streams</i> 1. Penjualan barang dagangan 2. Penjualan jasa transaksi online	

Sumber: Data Olahan Penulis

Agar tujuan bisnis dari pengembangan Warung Kelontong Riani dapat terlaksana, maka manajemen perlu menyusun model bisnis kanvas yang terdiri dari sembilan (9) unsur. Langkah awal yaitu menentukan segmen pelanggan yakni masyarakat yang berdomisili di daerah padat penduduk, yakni di wilayah Kelurahan Mampang Prapatan dan sekitarnya. Langkah selanjutnya yaitu pada bagian *Customer Relationship* yang menggambarkan hubungan yang dibangun bersama pelanggan dengan memberikan pelayanan sopan dan ramah, memberikan fasilitas *kredit* (boleh utang) bagi konsumen yang dinilai loyal, dengan jangka waktu pembayaran satu bulan. Pada bagian *Channels*, manajemen Warung Kelontong Riani menjual barang dagangan secara langsung kepada konsumen. Pada bagian *Value Proposition* manajemen Warung Kelontong Riani menawarkan barang dagangannya dengan harga kompetitif dari harga yang ditawarkan para pesaing langsungnya, serta menawarkan *free delivery order* bagi konsumen yang berbelanja dengan jumlah minimal sebesar Rp100.000,00. Fasilitas sama juga diberikan kepada konsumen yang membeli varian barang dagangan tertentu, seperti air mineral kemasan galon dan gas LPG. Barang dagangan yang dijual selalu dalam kondisi baru, karena Warung Kelontong Riani selalu melakukan pembelian kembali atau menambah persediaan barang dagangan apabila barang dagangan sudah habis. Di samping itu, Warung Kelontong Riani juga sangat berhati-hati dan cermat, untuk tidak menerima kiriman persediaan barang

dagangan yang dibelinya dari supplier/pemasok, bila sudah kadaluarsa. Pada segmen *Key Activities* Warung Kelontong Riani akan menjalankan beberapa aktivitas kunci penunjang keberhasilan dalam mengembangkan bisnisnya, yang pertama adalah melakukan pembelian barang dagangan. Barang dagangan yang dibeli dari segi jumlah akan lebih banyak dari masa sebelumnya dan disesuaikan untuk memenuhi barang-barang kebutuhan yang dicari para konsumennya. Kedua setelah melakukan pembelian barang, selanjutnya, Warung Kelontong Riani akan melakukan proses penyortiran barang dagangan untuk memastikan tidak ada barang dagangan yang kadaluarsa. Tahap selanjutnya, adalah melakukan penataan barang dagangan agar terlihat lebih menarik di mata konsumen. Pada segmen *Key Resource* Sumber daya kunci yang dimiliki oleh Warung Kelontong Riani berupa barang dagangan keperluan sehari-hari yang dicari dan dibutuhkan oleh konsumen. Pada bagian *Key Partnership* Warung Kelontong Riani mempunyai beberapa mitra bisnis dengan Grosir dan Agen yang merupakan mitra bisnis tetap yang menjadi penyedia terbesar barang dagangan yang dijual, Warung Kelontong Riani menjalin kerjasama dengan Toko Cung yang merupakan agen besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berada di wilayah Jakarta Selatan. Selain itu, Warung Kelontong Riani juga menjalin kerjasama seperti konsinyasi dengan agen kerupuk dan roti keliling untuk menitipkan barang dagangannya, dengan sistem yang tidak laku/kadaluarsa bisa dikembalikan dan yang

dihitung hanyalah barang yang laku terjual saja. Di bagian penjualan transaksi *online*, Warung Kelontong Riani menjalin kerjasama dengan Bank BRI, untuk memberikan pelayanan jasa transaksi *online* kepada konsumen, seperti misalnya untuk pengiriman uang, pembayaran listrik pasca bayar dan pra bayar. Pada bagian *Cost Structure* ada Biaya Modal (*Capital Cost*). Biaya modal digunakan untuk membeli barang-barang dagangan dan saldo yang harus ada, untuk dapat melakukan transaksi *online* par konsumennya. Biaya lain adalah Biaya Operasional (*Operasional Cost*). Biaya operasional digunakan untuk membiayai proses penjualan Warung Kelontong Riani. Pada bagian *Revenue Streams*, Pendapatan Warung Kelontong

Riani berasal dari penjualan barang dagangan kebutuhan sehari-hari, dan penjualan jasa transaksi *online*..

IV. ANALISIS KEUANGAN

Proyeksi yang digunakan selama pengerjaan analisa keuangan Warung kelontong Riani ialah NPV (*Net Present Value*).

Modal investasi yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha Warung Kelontong Riani adalah sebesar Rp160.619.000,00 yang terdiri dari:

investasi dalam aktiva tetap sebesar Rp 40.800.000,00 dan modal kerja sebesar Rp119.819.000,00. Rincian dan penggunaan dan kebutuhan dana dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4.1 Modal Awal Warung Kelontong Riani

Keterangan		Nama	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Aktiva Tetap	Peralatan	Rak Toko	4	2.500.000	10.000.000,00
		Komputer Kasir	1	12.500.000	12.500.000,00
		Meja <i>Display</i>	2	400.000	800.000,00
		CCTV	4	1.000.000	4.000.000,00
		LED TV CCTV	1	2.000.000	2.000.000,00
		Kulkas <i>Display</i>	2	3.500.000	7.000.000,00
		Total Aktiva Tetap			36.300.000,00
Aktiva Lancar	Persediaan	Sembako	-	-	6.179.000,00
	Barang Dagangan	Peralatan Mandi dan Sabun	-	-	6.248.300,00
		Makanan dan Minuman Ringan	-	-	11.715.700,00
		Bumbu Masak & Obat-Obatan	-	-	1.105.500,00
		Rokok	-	-	18.265.000,00
		Transaksi Online	-	-	20.000.000,00
		Gas	4	20.000,00	80.000,00
		Aqua Galon	17	17.500,00	297.500,00
		Plastik Belanja	8	8.500,00	68.000,00
		Total Barang Dagangan			63.959.000,00

Operasional	Biaya Operasional	Pulsa Internet	-	200.000,00	200.000,00
		Sewa Rumah dan Listrik	-	1.500.000,00	1.500.000,00
		Bayar Iuran Sampah	-	360.000,00	360.000,00
		Total Biaya Operasional			1.700.000,00
Pengembangan	Biaya Pengembangan Warung	Renovasi Warung Kelontong Riani	-	10.000.000,00	10.000.000,00
		Total Biaya Pengembangan			10.000.000,00
	Tenaga Kerja	Pemilik Warung	1	1.400.000,00	1.400.000,00
		Bagian Penjualan	1	1.200.000,00	1.200.000,00
		Bagian Kasir	1	1.200.000,00	1.200.000,00
		Total Biaya Tenaga Kerja			3.800.000,00
TOTAL KEBUTUHAN DANA TAMBAHAN					156.089.000,00

Sumber: Data Olahan Penulis

TABEL 4.2 Laporan Laba Rugi Warung Kelontong Riani

Income Statement Setelah Pengembangan Tahun 2021 - Tahun 2025 (Dalam Rupiah)					
Tahun	2021	2022	2023	2024	2025
Sales					
Sembako	79.923.000,00	98.303.500,00	124.768.000,00	153.478.500,00	210.913.000,00
Peralatan Mandi dan Sabun	20.932.000,00	23.874.000,00	28.119.500,00	32.063.800,00	37.860.000,00
Makanan dan Minuman Ringan	98.335.000,00	132.768.500,00	182.070.500,00	245.807.500,00	349.851.500,00
Bumbu Masak dan Obat-obatan	9.607.500,00	10.572.000,00	12.506.500,00	13.762.000,00	16.178.800,00
Rokok	299.575.000,00	374.551.000,00	502.006.000,00	627.563.000,00	862.000.000,00
Galon dan Gas	19.080.000,00	21.942.000,00	27.674.000,00	31.836.000,00	39.832.000,00
Transaksi Online	124.100.000,00	142.715.000,00	164.122.250,00	188.740.588,00	217.051.676,00
Total Pendapatan	651.552.500,00	804.726.000,00	1.041.266.750,00	1.293.251.388,00	1.733.686.976,00
COGS					
HPP Sembako	61.257.750,00	75.345.450,00	101.955.893	125.417.105,00	169.651.226,00
HPP Peralatan Mandi dan Sabun	15.009.590,00	17.120.238,00	20.487.900	23.361.353,00	27.955.878,00
HPP Makanan dan Minuman Ringan	76.733.290,00	103.603.124,00	146.859.263	198.270.428,00	281.039.155,00
HPP Bumbu Masak dan Obat-obatan	7.066.220,00	7.775.421,00	8.982.944	9.884.581,00	11.416.691,00
HPP Rokok	262.652.250,00	328.389.600,00	451.573.705	564.518.185,00	776.258.681,00
HPP Galon dan Gas	16.950.000,00	19.492.500,00	24.664.750	28.374.500,00	35.894.650,00
HPP Transaksi Online	100.850.000,00	105.892.500,00	111.187.125	116.746.481,00	122.583.805,00
Total HPP	540.519.100,00	657.618.833,00	865.711.580,00	1.066.572.633,00	1.424.800.086,00
Gross Profit	111.033.400,00	147.107.167,00	175.555.170,00	226.678.755,00	308.886.890,00
Operating Expense					
Gaji Karyawan	45.600.000,00	50.160.000,00	55.176.000,00	60.693.600,00	66.762.960,00

Sewa Rumah dan Listrik	18.000.000,00	19.800.000,00	21.780.000,00	23.958.000,00	26.353.800,00
Pulsa Internet	2.400.000,00	2.640.000,00	2.904.000,00	3.194.400,00	3.513.840,00
Iuran Sampah	360.000,00	396.000,00	435.600,00	479.160,00	527.076,00
Biaya Penyusutan	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00
Total Expense	74.430.000,00	81.066.000,00	88.365.600,00	96.395.160,00	105.227.676,00
EBIT	36.603.400,00	66.041.167,00	87.189.570,00	130.283.595,00	203.659.214,00
Interest	-	-	-	-	-
EBT	36.603.400,00	66.041.167,00	87.189.570,00	130.283.595,00	203.659.214,00
Tax 0,5%	3.257.763,00	4.023.630,00	5.206.334,00	6.466.257,00	8.668.435,00
Net Income	33.345.638,00	62.017.537,00	81.983.236,00	123.817.338,00	194.990.779,00
Keterangan : Operating Expense setiap tahun naik sebesar 10% (Kecuali Biaya Penyusutan)					

Sumber: Data Olahan Penulis

TABEL 4.3 Proyeksi Laporan Arus Kas Warung Kelontong Riani

Proyeksi Laporan Arus Kas Warung Kelontong Riani 5 Tahun (Tahun 2021 – Tahun 2025) dalam Rupiah					
Deskripsi	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Arus Kas Masuk					
Aktivitas Operasi					
Pendapatan Bersih	33.345.637,00	62.017.537,00	81.983.236,00	123.817.336,00	194.990.779,00
Penyusutan	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00	8.070.000,00
Arus Kas Dari Operasi	41.415.637,00	70.423.382,00	90.894.080,00	133.415.555,00	205.701.702,00
Arus Kas Keluar					
Aktivitas Investasi					
Investasi Awal	(- 160.619.000,00)	-	-	-	-
Arus Kas Dari Investasi	(- 160.619.000,00)	-	-	-	-
Aktivitas Keuangan					
Modal Pemilik	(- 160.619.000,00)	-	-	-	-
Arus Kas Dari Keuangan	(-160.619.000,00)	-	-	-	-
Increase Cash (Decrease)	41.415.637,00	70.423.382,00	90.894.080,00	133.415.555,00	205.701.702,00
Beginning Cash Flow	40.000.000,00	81.415.637,00	151.839.019,00	242.733.099,00	376.148.654,00
Ending Net Cash Flow	81.415.637,00	151.839.019,00	242.733.099,00	376.148.654,00	581.850.356,00

Sumber: Olahan Penulis

Proyeksi NPV Warung Kelontong Riani

$$\begin{aligned}
 NPV &= \sum_{t=1}^n \frac{CIFT_t}{(1+Re)^t} - \text{Initial Investment} \\
 &= \left[\frac{81.425.637}{(1+0,15)} \right] + \left[\frac{151.839.019}{(1+0,15)^2} \right] + \left[\frac{242.733.099}{(1+0,15)^3} \right] \\
 &\quad + \left[\frac{376.148.654}{(1+0,15)^4} \right] + \left[\frac{581.850.356}{(1+0,15)^5} \right] - 150.259.000 \\
 NPV &= (70.804.902,00 + 114.812.113,00 + 159.600.741,00 + 215.064.213,00 + \\
 &\quad 289.282.460,00) - 160.589.000,00 \\
 &= 688.975.429,00
 \end{aligned}$$

Sumber: Data Olahan Penulis

Pemilihan rumus NPV dalam perhitungan ini dibuat berdasarkan salah satu jurnal Francisca Hermawan yang beliau cantumkan di “*Jurnal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*”. Menurut Francisca Hermawan untuk menghitung kelayakan bisnis rumus yang paling tepat digunakan ialah NPV dan *Pay Back Period* sehingga dalam perhitungan ini menghasilkan hasil yang positif.

Perhitungan *Net Present Value* (NPV) dari pengembangan Warung Kelontong Riani, menghasilkan angka positif, yaitu Rp. 688.975.429,00

TABEL 4.8. Payback Periode Warung Kelontong Riani

Tahun	Keterangan	Jumlah (Rp)	Pengurangan (Rp)
0	<i>Initial Investment</i>	(160.619.000,00)	-
1	<i>Income</i>	41.415.637,00	(160.619.000,00) + 41.415.637,00 = (119.203.363,00)
2	<i>Income</i>	70.423.382,00	(119.203.363,00) + 70.423.382,00 = (48.779.981,00)
3	<i>Income</i>	90.894.080,00	(48.779.981,00) + 90.894.080,00 = 42.114.099,00
4	<i>Income</i>	133.415.555,00	-
5	<i>Income</i>	205.701.702,00	-

Sumber: Data Olahan Penulis

Perhitungan *Payback Period* Warung

Kelontong Riani

= 2 Tahun + [(Rp. 48.779.981,00 /

Rp. 90.894.080) x 12 bulan]

= 2 Tahun + 6,4 Bulan

= 2 tahun 6 bulan

Payback period dari pengembangan Warung

Kelontong Riani adalah 2 tahun 6 bulan.

V. KESIMPULAN

Pengembangan bisnis Warung Kelontong Riani dari semula dengan area penjualan yang sempit, menjadi usaha ritel yang memiliki area penjualan lebih luas dan barang dagangan yang lebih lengkap merupakan pilihan yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan usahanya. Hal ini juga didukung dengan lokasi usaha yang strategis, yakni dikelilingi rumah-rumah kos-kost dan kontrakan kaum pekerja.

Berdasarkan penjelasan tentang persiapan-persiapan yang sudah dilakukan pemilik Warung Kelontong Riani dalam menjalankan pengembangan bisnis usaha retail yang tertulis di dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif dan layak untuk dijalankan. Dari segi keuangan, Kebutuhan dana untuk melakukan pengembangan usaha Warung Kelontong Riani adalah sebesar Rp 160.619.000,00 dengan tingkat penjualan Warung Kelontong Riani pada tahun 2021 diperkirakan sebesar Rp 651.552.500,00 dan akan meningkat menjadi Rp 1.733.686.976,00 pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan rata-rata penjualan sebesar 20% setiap tahunnya. Jumlah keuntungan naik

sebesar Rp33.345.637,00 pada tahun 2021 dan menjadi Rp194.990.779,00 pada tahun 2025. Ini menunjukkan bahwa dalam tahun pertama hingga tahun kelima selalu mengalami peningkatan *net income*, dengan tingkat keuntungan naik rata-rata sebesar 30% setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan usaha ini usaha ritel Warung Kelontong Riani lebih menguntungkan dibandingkan dengan tingkat rata-rata deposito perbankan yang rata-rata sebesar 6% per-tahun dan saldo kas awal tahun 2021 sebesar Rp40.000.000,00 dan pada tahun 2025 naik menjadi sebesar Rp581.850.356,00. Perhitungan *Net Present Value (NPV)* Warung Kelontong Riani sebesar Rp688.975.429,00, dan *Payback Period* untuk usaha ini adalah 2 tahun 6 bulan. Walaupun sedikit lama, karena di awal usaha, Warung Kelontong Riani memfokuskan terlebih dahulu strategi untuk masuk ke pasar dengan memberikan harga yang lebih murah dan bersaing guna menarik minat konsumen untuk datang dan membeli. Dengan demikian, secara keseluruhan, pengembangan usaha Warung Kelontong Riani memiliki prospek yang menguntungkan.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik Jakarta. (2019). *Laju Pertumbuhan Penduduk*. Retrieved February 16, 2020, <https://jakarta.bps.go.id/dynamic/table/2019/11/11/69/3-1-1-penduduk-lajupertumbuhan-penduduk-distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk-rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-provinsi-kabupaten-kota-kecamatan.html>
- [2] Bobby (2019, December 31). *UMR Jakarta dan Upah Minimum Lainnya*. Retrieved February 19, 2020, <https://lifepal.co.id/media/umr-jakarta-dan-upah-minimum-lainnya/>
- [3] Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2014). *Organizational Structure*. Mason: SouthWestern CENGAGE Learning.
- [4] Hadyan, R. (2019, November 18). *Meneropong Prospek Bisnis Ritel Modern Pada Tahun 2020*. Retrieved February 18, 2020, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191118/12/1171528/meneropong-prospek-bisnis-ritel-modern-pada-2020>
- [5] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [6] Kotler, P & Armstrong, G (2013). *Principles of Marketing* (15th ed). London Pearson Education.
- [7] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [8] Porter, Michael. (2015). *Competitive Strategy*. Jakarta: Erlangga.
- [9] Salamin, Petrus, dan Francisca Hermawan. (2018). "Aplikasi Model Bisnis Kanvas Strategi Bisnis dan Analisa Kelayakan Keuangan (Studi Kasus Pada Bisnis Baru "Capture Box")", *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.11 no.1 Maret 2018.
- [10] Utami, W. (2017). *Manajemen Ritel* (3rd ed). Jakarta: Salemba Empat.
- [11] Wahyono, B. (2012, September 15). *Menetapkan Sasaran Pemasaran*. Retrieved February 18, 2020, <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/09/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html>