

RENCANA PEMBANGUNAN SUPER MARKET LION SUPER INDO

Agus Tri Basuki

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul Yogyakarta, Indonesia Telepon: +62-274-387656
E-mail: agustribasuki@yahoo.com

Abstract: *This study aimed to see whether the development plans of the Lion Super Indo Super Market meet the economic feasibility. Investment plans of the establishment of the Super Indo Supermarket at Jalan Parangtritis is one of the business development program of PT Lion Super Indo through the opening of branch offices. Based on the results of feasibility studies, investment plans are feasible to implement, especially in terms of some aspects of the feasibility. Although it is economically feasible, but Lion Super Indo need to do a Corporate Social Responsibility which is expected to reduce the negative externalities.*

Keywords: *economic feasibility study, corporate social responsibility, investment*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan melihat apakah rencana pembangunan Super Market Lion Super Indo memenuhi kelayakan secara ekonomi. Rencana investasi pendirian Swalayan Super indo di Jalan Parangtritis merupakan salah satu program pengembangan bisnis PT Lion Super Indo melalui pembukaan kantor cabang. Berdasarkan hasil studi kelayakan, rencana investasi ini layak untuk dilaksanakan, terutama ditinjau dari beberapa aspek kelayakan. Walaupun secara ekonomi layak tetapi Lion Super Indo perlu melakukan Corporate Social Responsibility yang diharapkan dapat mengurangi eksternalitas negatif.*

Kata kunci: *studi kelayakan ekonomi, corporate social responsibility, investasi*

PENDAHULUAN

Dengan mengacu terhadap kebijakan pemerintah yang mengarah pada peberdayaan usaha kecil dan menengah, tentunya akan memberikan peluang bagi pemilik modal untuk membuka pasar yang berkaitan dengan usaha supermarket. Salah satu unit usaha yang mungkin layak untuk dijalankan adalah unit usaha penjualan di pasar modern. Unit usaha ini bukan berarti tidak memberikan dukungan terhadap sektor usaha kecil dan menengah di dalam negeri, melainkan sebagai pelaku usaha kita harus pandai memanfaatkan peluang. Terlebih ketika harga produk lokal mahal dan tidak sebanding dengan kualitasnya, maka pelaku usaha akan cenderung memilih barang impor yang mampu memberikan manfaat lebih.

Persaingan dalam usaha penjualan barang melalui pasar swalayan memang sudah kompetitif. Banyak sekali kita jumpai beberapa toko,

baik sekala besar ataupun skala kecil, baik itu dilakukan di toko, kios, *outlet*, atau tempat penjualan lain seperti di pasar, swalayan, maupun pusat perbelanjaan modern. Untuk dapat bersaing dalam usaha yang bersangkutan, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan pemilihan segmen yang tepat, potensial dan belum banyak digarap oleh pihak lain, kemudian menawarkan beberapa keunggulan dan nilai lebih bagi konsumen yang menjadi segmen usaha kita.

Berdasarkan data dari Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Yogyakarta Tahun 2007-2011, saat ini terdapat 31 titik pasar tradisional yang tersebar di wilayah kota Yogyakarta. Pasar Giwangan termasuk Pasar Kelas I, melayani perdagangan tingkat regional. Pasar Beringharjo, termasuk dalam Pasar Kelas II; yakni pasar yang melayani perdagangan tingkat kota. Dela-

pan pasar lainnya termasuk dalam Pasar Kelas III; yang melayani perdagangan tingkat wilayah bagian kota. Sebelas pasar termasuk dalam Kelas IV (dua pasar beririsan dengan Kelas III) yang melayani perdagangan tingkat lingkungan. Pasar Kelas V berjumlah 12 pasar yang melayani perdagangan tingkat blok. Pasar-pasar tradisional ini terletak menyebar di seluruh penjuru wilayah kota.

Dengan melihat peta dan potensi pelaku usaha di bidang perdagangan di kota Yogyakarta nampaknya masih ada peluang untuk mengembangkan pasar modern di selatan kota Yogyakarta. Peluang ini bisa ditangkap karena Pemerintah Kabupaten Bantul yang membuat kebijakan membatasi pasar modern, sehingga peluang ini dimanfaatkan oleh Super Indo untuk mendirikan supermarket yang berlokasi di Jalan Parangtritis Yogyakarta.

Dasar Hukum Pendirian Supermarket.

Dasar hukum yang menjadi acuan pendirian Supermarket ini adalah (1) Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern telah disahkan. Peraturan yang diberitakan sudah terpinggirkan selama hampir tiga tahun ini dipandang sangat penting, terutama dalam menjembatani kepentingan pegiat pasar tradisional dan pemain ritel modern. (2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Berdasarkan Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007. Pendirian Supermarket Super Indo di Jalan Parangtritis Yogyakarta sudah memenuhi persyaratan Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

(1) Lokasi pendirian Supermarket Super Indo sudah mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah kota Yogyakarta dan Rencana Detail Tata Ruang, termasuk Peraturan Zonasinya; (2) Super Indo memperhatikan jarak antara supermarket dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya (minimal berjarak 600 m telah ter-

penuhi); (3) Super Indo adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Supermarket; (4) Luas lantai supermarket Super Indo antara 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi); (5) Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Super Indo menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya; (6) Keberadaan Super Indo telah memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan; (7) Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang bersih, sehat (*hygienic*), aman, tertib, dan ruang publik yang nyaman.

Permintaan. (1) *Perkembangan permintaan saat ini.* Dewasa ini, kalau kita cermati, permintaan akan kebutuhan barang keperluan sehari-hari semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya sebagai penunjang kebutuhan rumah tangga. Terlebih dengan ditunjang oleh beragam cara yang mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan barang kebutuhan sehari-hari (buah-buahan dan sayur-sayuran) yang segar. (2) *Prospek permintaan di masa yang akan datang.* Banjirnya berbagai macam produk makanan dan minuman yang serba instan dimasyarakatkan akan menyebabkan kondisi persaingan produk-produk yang berbahan kimia tersebut akan mengalami kejenuhan seiring dengan tingginya persaingan pada industri tersebut. Kondisi tersebut akan memunculkan titik balik dimana akan ditandai dengan berkurangnya permintaan akan produk-produk tersebut, dan konsumen beralih ke produk lain yang sejenis yang nonkimia. Terlebih ketika sekarang sedang ada *trend* dari masyarakat yang lebih menyukai produk-produk makanan maupun minuman herbal dan natural, maka kondisi tersebut jelas akan memunculkan peluang bagi kegiatan bisnis di sektor herbal, tentunya bagi sektor pertanian seperti buah-buahan dan sayur-sayuran juga akan meningkat seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat akan kesehatan mereka.

Penawaran. (1) Perkembangan penawaran saat ini. Perkembangan penawaran di sektor

usaha swalayan pada saat ini memang relatif bagus. Hal tersebut disebabkan karena sektor usaha ini memang dibutuhkan keberadaannya oleh masyarakat. Oleh karena itu, agar usaha pasar modern menjadi lebih baik maka perlu peningkatan penawaran yang memberikan nilai lebih bagi konsumen. Apalagi di Yogyakarta bagian selatan belum memiliki swalayan terlengkap dibandingkan dengan Yogyakarta bagian utara. Ditambah lagi kebijakan Bupati Bantul yang melarang keberadaan pasar Swalayan modern beroperasi di sekitar kabupaten Bantul. Sehingga keberadaan Swalayan PT. Lion Super Indo sangat dibutuhkan oleh masyarakat di sekitar Bantul Utara. (2) Prospek penawaran di masa yang akan datang. Mengingat adanya peluang yang besar dalam usaha penjualan kebutuhan rumah tangga pada masa yang akan datang, maka perlu adanya penawaran produk yang memberikan nilai lebih dan manfaat bagi konsumen. Penawaran tersebut akan semakin variatif maupun lebih kompetitif karena sudah ditunjang dengan perangkat teknologi informasi yang memberikan kemudahan bagi bagi penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi atau sebatas bertukar informasi. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha di sektor ini harus

mampu melakukan penawaran yang inovatif untuk menarik pasar.

METODE PENELITIAN

Analisis Kelayakan Pemasaran

Dalam melakukan analisis permintaan, digunakan model matrik pembobotan berskala 1-5. Keterangan: *Sangat lemah* adalah skala 1; *Lemah* adalah skala 2; *Sedang* adalah skala 3; *Kuat* adalah skala 4; dan *Sangat Kuat* adalah skala 5; (lihat Tabel 1).

Interval=(Nilai tertinggi dari interval-Nilai terendah dari interval)/Jumlah kelas=(5-1)/5=0,8.

Untuk mengetahui layak atau tidaknya dari segi pemasaran maka dapat dicari dengan rumus;

$$\begin{aligned}\text{Kelayakan usaha} &= \text{Total bobot Jumlah item} \\ &\quad \text{yang dinilai} \\ &= 75/20 \\ &= 3,75\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebesar 3,75 maka usaha pasar modern dari sisi pemasaran dikatakan layak karena masuk pada *range* 3,41 – 4,20, lihat Tabel 2.

Tabel 1. Matrik Kelayakan Pemasaran

No	Aspek	Sangat Lemah	Lemah	Sedang	Kuat	Sangat Kuat
1	SDM				v	
2	Pesaing				v	
3	Konsumen					v
4	Teknologi					v
5	Mode/trend				v	
6	Armada Pemasaran				v	
7	Harga				v	
8	Promosi				v	
9	Distribusi			v		
10	Produk dan Lini Produk		v			
11	Mutu Produk					v
12	Peraturan Pemerintah			v		
13	Lingkungan Bisnis			v		
14	Ketersediaan Bahan Baku			v		
15	Rencana Pemasaran				v	
16	Penyimpangan Produk				v	
17	Margin Laba				v	
18	Ketersediaan Modal			v		
19	Pangsa Pasar			v		
20	Manajemen Pemasaran				v	
Total Bobot		0	2	18	40	15

Tabel 2. Kriteria Hasil Kelayakan Pemasaran

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Layak
1,81 – 2,60	Tidak Layak
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Layak
4,21 – 5,00	Sangat Layak

Analisis Persaingan

Untuk melakukan analisis terhadap kondisi persaingan pada usaha toko buah impor, maka kami menggunakan analisis Matrik Persaingan, yaitu dengan cara: (1) Membandingkan usaha satu dengan usaha lain yang sejenis pada faktor persaingannya, semakin bagus maka semakin tinggi skornya. Skala penilaian yang digunakan adalah skala 1–5. (2) Membandingkan tingkat kepentingan dari masing-masing faktor. Semakin penting, maka skornya semakin tinggi.

Skala penilaian yang digunakan adalah skala 1–5.

Berdasarkan pada tabel matrik analisis tingkat persaingan, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Lion Super Indo menduduki peringkat teratas untuk kekuatan kompetitifnya, sedangkan pesaing yang paling besar adalah swalayan, lihat *Tabel 3*.

Aspek Teknis dan Operasi

Rencana Pengembangan. (1) *Evaluasi lokasi.* Lokasi yang dipilih untuk mendirikan bangunan sebagai tempat usaha adalah Jalan Parangtritis Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena selama ini Pasar Modern selalu ada di pusat kota (Yogyakarta Utara), sedangkan di lokasi ini belum ada Pasar Swalayan Terlengkap dan Jalan Pa-

rangtritis merupakan pintu masuk bagi masyarakat Bantul yang mau ke Yogyakarta.

(2) *Sarana dan prasarana.* Sarana yang akan kami gunakan untuk menunjang kegiatan usaha kami adalah dengan memanfaatkan: *Machine Teller*, AC, Troli, Toilet, Meja Kursi, Ruang Tunggu, Tempat parkir, kendaraan, dan lain-lain. Sedangkan untuk prasarannya kami menggunakan gedung seluas 1.632,4 m², yang terdiri dari 1.279 m² untuk *Selling* dan 353,4 m² untuk *Back Area*. Sedangkan untuk luas parkir Mobil cukup untuk 70 buah mobil. Total tanah yang kita miliki adalah 3.750 m².

(3) *Tenaga ahli dan tenaga biasa.* Tenaga ahli yang dipekerjakan untuk menunjang kelancaran usaha Toko Super Indo adalah tenaga ahli pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia serta teknisi sarana dan prasarana pendukung usaha. Sedangkan untuk tenaga biasa yang kami gunakan adalah wiraniaga, tenaga serabut-an/kurir dan bagian *cleaning service*.

(4) *Bahan-bahan utama.* Bahan utama yang digunakan dalam menjalankan usaha pasar modern antara lain: berbagai macam buah segar impor dengan kualitas yang baik dan beberapa buah segar produksi lokal yang berkualitas, serta semua barang kebutuhan rumah tangga

(5) *Bangunan dan tata letak bangunan.* Berkaitan dengan bangunan dan tata letak bangunan, akan didirikan di atas tanah seluas 3.750 m² dimana luas tanah untuk mendirikan bangunan toko 1.632,4 m², dan 1000 m² untuk tempat parkir. Untuk luas bangunan toko adalah 1.543,7 m² dengan dua lantai. Bentuk bangunan berupa ruangan berlantai 2. Tata letak bangunan antara lain bangunan utama sebagai tempat berjualan, tempat parkir, kafe buah, loby, ruang

Tabel 3. Matrik Analisis Tingkat Persaingan

Faktor Persaingan	Pasar			Mini Market			Swalayan			Super Indo		
	A	B	AB	A	B	AB	A	B	AB	A	B	AB
Harga	2	3	6	2	3	6	4	3	12	4	4	16
Kualitas	3	2	6	3	3	9	4	5	20	4	5	20
Promosi	2	2	4	3	4	12	4	5	20	4	5	20
Jasa Khusus	2	2	4	3	3	9	4	4	16	4	4	16
Pelayanan	2	3	6	3	4	12	4	4	16	4	4	16
Suasana	1	2	2	3	2	6	5	4	20	5	5	25
Lokasi	2	2	4	4	3	12	4	5	20	4	5	20
Kekuatan Relatif	32			66			124			134		

informasi dan penitipan,serta toilet.

(6) *Jadwal pelaksanaan.* Usaha swalayan kebutuhan rumah tangga akan mulai didirikan pada awal tahun 2010 untuk kegiatan pembangunan gedung, dan kegiatan operasional penjualan mulai *launching* dan diperkenalkan ke masyarakat mulai akhir 2010.

(7) Perkiraan biaya teknis dan operasi. Biaya teknis dan operasional diperkirakan mencapai **Rp9.000.000.000,-**.

Rencana Pengoperasian Usaha. (1) *Proses operasi usaha.* Proses operasi perusahaan meliputi rencana penjualan, rencana persediaan produk, penjadwalan pegawai dan penggajian, pengawasan kualitas, dan pengawasan biaya penjualan dan pemesanan. (2) *Kebutuhan bahan operasi.* Kebutuhan bahan operasi PT Lion Super Indo dikelola oleh masing masing departemen dan nantinya dikoordinasikan dengan pimpinan mengenai kebutuhan bahan operasi yang meliputi pendanaan, jumlah produk dan kegiatan pemasaran. (3) *Kegiatan perawatan mesin.* Kegiatan perawatan mesin menggunakan tenaga ahli mesin sesuai dengan mesin-mesin yang kami gunakan. Misalnya perawatan kendaraan, perawatan AC, rak pendingin, dan troli. Perawatan dilakukan secara berkala dan berkelanjutan dengan menggunakan tenaga ahli dari mitra kerja kami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Keuangan

Kebutuhan Dana Investasi. (1) *Investasi harga tetap.* Investasi ini mencapai:

Rp5.000.000.000,00. Digunakan untuk sewa tanah dan bangunan selama 20 tahun. (2) *Biaya pra operasi.* Biaya pra operasi mencapai: Rp25.000.000,00 yang digunakan untuk proses pembuatan studi kelayakan, Amdal, dan Rencana Kemitraan dengan UMKM.

(3) Modal kerja. Modal kerja digunakan untuk membiayai seluruh aktiva lancar yang mencapai Rp3.975.000,00. Total kebutuhan dana Investasi sebesar **Rp9.000.000.000,00.**

Rencana Pembelanjaan dan Sumber Dana

(1) Modal sendiri
Modal sendiri Rp 5.000.000.000,00

(2) Pinjaman bank
Pinjaman dari bank Rp 4.000.000.000,00

Rencana Kebutuhan Dana

(1) Aktiva Tetap
Sewa Tanah dan bangunan Rp 5.000.000.000,00
Rak pendingin, 100 buah Rp 75.000.000,00
Sofa, 5 set Rp 7.000.000,00
Troli, 50 buah Rp 25.000.000,00
Kranjang tas 100 buah Rp 1.500.000,00
Timbangan, 4 buah Rp 1.000.000,00
Komputer dan Machine-
Teller, 9 buah Rp 27.000.000 ,00
Mobil operasional 2 buah Rp 160.000.000,00
Motor 2 buah Rp 24.000.000,00
AC 30 buah Rp 75.000.000,00
Rak 100 buah Rp 100.000.000,00
Jumlah Aktiva Tetap Rp 5.495.500.000,00

(2) Aktiva Lancar
Kas Rp 500.000.000,00
Barang dagangan Rp 3.004.500.000,00
-----+
Jumlah Aktiva Lancar Rp 3.504.500.000,00

Total Aktiva Rp 9.000.000.000,00

Proyeksi Keuangan

(1) Proyeksi pendapatan
Pendapatan per hari Rp 3.611.111,00
Pendapatan per bulan Rp 108.333.333,00
Pendapatan per tahun Rp 1.300.000.000,00

(2) Proyeksi biaya per tahun
Pengadaan barang Rp 700.000.000,00
Gaji karyawan
- 1 Pimpinan Rp 36.000.000,00
- 3 Manajer Rp 48.000.000,00
- 1 Kabag. Pelayanan Rp 18.000.000,00
- 33 Pelayan toko Rp 268.000.000,00
- 1 Kabag. Pergudangan Rp 18.000.000,00
- 4 Karyawan gudang Rp 33.600.000,00
- 3 Driver Rp 25.200.000,00
- 4 Satpam Rp 33.600.000,00
- 8 Petugas parkir Rp 48.000.000,00
- 2 Tenaga srabutan Rp 12.000.000,00
Jumlah gaji karyawan Rp 541.200.000,00

Biaya listrik Rp 60.000.000,00
PBB Rp 4.800.000,00
PPn Rp 148.480.000,00
Biaya Telp. Rp 7.000.000,00

Perlengkapan kebersihan	Rp	1.000.000,00
Dep Komp/Machin Teller	Rp	3.000.000,00
Dep kendaraan	Rp	20.000.000,00
Dep sofa 2th	Rp	3.500.000,00
Dep rak pendingin 3th	Rp	25.000.000,00
Dep troli 5 th	Rp	5.000.000,00
Dep timbangan 2th	Rp	500.000,00
Dep keranjang 1th	Rp	1.500.000,00
Jumlah Biaya	Rp	279.780.000,00

(3) Proyeksi rugi/laba

Perhitungan laba/rugi yaitu dengan menghitung selisih dari pendapatan dengan pengeluaran.

(4) Perhitungan kelayakan usaha

(a) Dengan metode *Payback Period*. *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash flow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang diterima.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan *Payback period* untuk pengembalian investasi pendirian Swalayan Super Indo memerlukan waktu

149 bulan (12 tahun 5 bulan).

(b) Dengan *Net Present Value (NPV)*. *Net Present Value* yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan.

Rumus:

$$NPV = \sum (Cf_t / (1+k)^t) - I_0$$

dimana: Cf_t adalah aliran kas pertahun periode t , I_0 adalah Investasi awal pada tahun 0, K adalah suku bunga (*discount rate*).

Dengan demikian investasi yang dilakukan dalam pembuatan usaha Swalayan Penjualan Barang Keperluan Rumah Tangga dapat dikatakan layak karena hasil dari NPV positif yaitu sebesar **Rp132.091.366,00**, lihat Tabel 5.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Dampak didirikan pasar Modern (Super Indo) terhadap Pendapatan Asli kota Yogyakarta adalah:

Tabel 4. Payback Period Investasi Swalayan Super Indo Jalan Parangtritis Yogyakarta

No	Tahun	Investasi	Proceed	Balance	Waktu (bulan)
1	0	9;000;000;000			
2	1		-36.180.000	9.036.180.000	12
3	2		40.130.000	8.996.050.000	12
4	3		132.083.500	8.863.966.500	12
5	4		233.239.695	8.630.726.805	12
6	5		353.911.036	8.276.815.769	12
7	6		487.322.657	7.789.493.113	12
8	7		644.193.950	7.145.299.162	12
9	8		818.202.536	6.327.096.626	12
10	9		1.020.570.871	5.306.525.755	12
11	10		1.245.535.807	4.060.989.948	12
12	11		1.423.293.414	2.637.696.534	12
13	12		1.712.067.426	925.629.108	12
14	13		2.124.469.705	-1.198.840.597	12
15	14		2.492.985.184	-3.691.825.781	12
16	15		2.912.821.748	-6.604.647.529	12
17	16		3.380.813.633	-9.985.461.162	12
18	17		3.911.690.922	-13.897.152.084	12
19	18		4.503.587.818	-18.400.739.902	12
20	19		5.172.678.442	-23.573.418.345	12
21	20		5.918.700.976	-29.492.119.321	12
				Payback Period	149

(1) Peningkatan retribusi parkir. Swalayan Super Indo menyediakan lahan parkir yang mampu menampung 70 buah mobil. (2) Peningkatan Pajak Bumi dan Bangunan. Lahan yang ditempati Swalayan Super indo sebesar 3750 m².

Dampak terhadap lingkungan masyarakat. Dampak didirikan pasar Modern (Super Indo) terhadap lingkungan masyarakat di sekitar lokasi adalah (1) Adanya peningkatan ekonomi masyarakat khususnya para karyawan. (2) Adanya lowongan lapangan pekerjaan baru. (3) Peningkatan gizi masyarakat melalui konsumsi buah berkualitas

Dampak terhadap usaha kecil dan pasar tradisional. Beberapa kebijakan Pemerintah telah dikeluarkan untuk menata pengelolaan perpasaran, baik pasar modern maupun pasar tradisional. Implementasi kebijakan ini menuntut komitmen lebih besar agar dapat dilaksanakan secara konsisten;

Secara makro, beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern

telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Fakta ini antara lain diungkap dalam penelitian AC Nielson yang menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4 persen. Bersamaan dengan itu, pasar tradisional telah tumbuh secara negatif sebesar 8 persen. Berdasarkan kenyataan ini maka pasar tradisional akan habis dalam kurun waktu sekitar 12 tahun yang akan datang, sehingga perlu adanya langkah preventif untuk menjaga kelangsungan pasar tradisional termasuk kelangsungan usaha perdagangan (ritel) yang dikelola oleh koperasi dan UKM.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar

Tabel 5. NPV Investasi Pendirian Swalayan Super Indo Jalan Parangtritis Yogyakarta

No	Tahun	Investasi	Proceed	DF10%	PV Proceed
1	0	9.000.000.000			
2	1		-36.180.000	0,909	-32.891.238
3	2		40.130.000	0,826	33.163.432
4	3		132.083.500	0,751	99.234.334
5	4		233.239.695	0,683	159.302.712
6	5		353.911.036	0,621	219.743.362
7	6		487.322.657	0,565	275.093.640
8	7		644.193.950	0,513	330.600.335
9	8		818.202.536	0,467	381.691.483
10	9		1.020.570.871	0,424	432.824.106
11	10		1.245.535.807	0,386	480.154.054
12	11		1.423.293.414	0,351	498.864.342
13	12		1.712.067.426	0,319	545.464.682
14	13		2.124.469.705	0,290	615.458.874
15	14		2.492.985.184	0,263	656.402.999
16	15		2.912.821.748	0,239	697.329.526
17	16		3.380.813.633	0,218	735.665.047
18	17		3.911.690.922	0,120	468.542.339
19	18		4.503.587.818	0,180	810.195.449
20	19		5.172.678.442	0,164	845.732.925
21	20		5.918.700.976	0,149	879.518.965
Total Present Value					9.132.091.366
Nilai Investasi					9.000.000.000
NPV					132.091.366
PROYEK					GO

Keterangan: Jika NPV > 0 Usulan proyek diterima (Positif) ; Jika NPV < 0 Usulan proyek ditolak (Negatif)

modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Usaha Pengurangan Dampak Sosial Ekonomi. Sebagai bagian dari konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*, CSR berhubungan erat dengan "*pembangunan berkelanjutan*", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

PT Lion Super Indo berencana untuk menggelar berbagai program, di antaranya sebagai berikut:

(1) Program Sustainable Products yang ditujukan khusus untuk sentra usaha kecil dan menengah (UKM). Program ini agak berbeda dengan kemitraan yang selama ini telah berjalan dengan para UKM.

Ada tiga syarat yang diberlakukan kepada UKM dalam mengikuti Program Sustainable Products. **Pertama**, prinsip yang digunakan dalam program ini. Yang pertama produk harus dibuat oleh komunitas bukan individual. **Kedua** mitra UKM ini haruslah mitra yang kuat dan kompeten dalam menjamin pasokan. **Ketiga** harus layak secara komersial atau sesuai dengan target market di PT Lion Super Indo.

PT Lion Super Indo memberikan tiga fasili-

tas kepada UKM dalam program ini, yakni akses pasar, bantuan promosi serta evaluasi kinerja produk. Dalam melaksanakan program, PT Lion Super Indo juga akan menjalin kerjasama dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop & UKM). Kerjasama dua institusi ini nantinya akan membantu kelangsungan usaha berbasis komunitas di Indonesia dengan adanya penyediaan akses pasar di ritel modern PT Lion Super Indo.

(2) Meraih yang Terbaik dengan Nurani (Dampak Kegiatan Perusahaan) Dampak utama kegiatan perusahaan tercipta dari operasi perusahaan. Pendekatan Super Indo dalam mengelola tanggung jawab sosial didasari pemikiran bahwa tanggung jawab sosial merupakan bagian dari kegiatan usaha, dan meliputi keinginan untuk selalu belajar dari tindakan kami serta pengalaman pihak lain.

Super Indo senantiasa menyempurnakan kinerja kami, melalui penerapan petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha skala nasional dan internasional, termasuk standar Program Peringkat Kinerja Lingkungan (PROPER) dan standar operasi internasional (ISO). Kegiatan usaha Super Indo lebih dari menciptakan lapangan pekerjaan, juga mengembangkan sumber daya manusia demi kepentingan perusahaan dan masyarakat.

(3) Membangun Sinergi Kesuksesan bagi Masyarakat (Dampak Rantai Nilai)

Dampak yang lebih luas diciptakan melalui rantai nilai, mulai dari pemasok, pelanggan, hingga konsumen. Kami memperkenalkan standar perilaku usaha bagi pemasok, yang disebut *Business Partner Code*, dan menerapkan "*Supplier Quality Management Programme*" (SQMP) untuk mendorong pemasok dalam meningkatkan kemampuan dan kinerja mereka.

Super Indo bermitra dengan berbagai jenis distributor independen untuk meningkatkan semangat kewirausahaan, menciptakan lapangan kerja, serta memberikan keuntungan bagi usaha-usaha lokal. Memenuhi Panggilan Masyarakat (Kontribusi Sukarela) Kontribusi sukarela terhadap masyarakat secara luas, yang dilakukan melalui kemitraan dengan LSM, badan pemerintah, perguruan tinggi dan masyarakat, terlihat seperti "puncak gunung es" yang merupakan dampak yang lebih besar dari kegiatan

perusahaan yang sesungguhnya. Kontribusi tersebut mencakup program-program berkesinambungan, yang dilaksanakan secara profesional di bawah Yayasan Lion Super Indo Peduli.

Super Indo mendorong para karyawan untuk ikut berbagi hati, pikiran dan pengalaman melalui kegiatan bakti sosial sukarela bagi yang membutuhkan, seperti yatim piatu, anak jalanan, penduduk (miskin) pedesaan, pengungsi dan lainnya.

SIMPULAN

Rencana investasi pendirian Swalayan Super indo di Jalan Parangtritis merupakan salah satu program pengembangan bisnis PT Lion Super Indo melalui pembukaan kantor cabang.

Berdasarkan hasil studi kelayakan, rencana investasi ini layak untuk dilaksanakan, terutama ditinjau dari beberapa aspek kelayakan sebagai berikut:

Dari aspek peluang pasar, untuk mengetahui layak atau tidaknya dari segi pemasaran maka dapat dicari dengan rumus;

$$\begin{aligned}\text{Kelayakan usaha} &= \text{Total bobot Jumlah item} \\ &\quad \text{yang dinilai} \\ &= 75/20 \\ &= 3,75.\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebesar 3,75 maka usaha pasar modern dari sisi pemasaran dikatakan layak karena masuk pada range 3,41–4,20.

Dari aspek teknis, dipilihnya lokasi di Jalan Parangtritis karena selama ini Pasar Modern selalu ada di pusat kota (Yogyakarta Utara), sedangkan di lokasi ini belum ada Pasar Swalayan Terlengkap. Jalan Parangtritis merupakan pintu masuk bagi masyarakat Bantul yang mau ke Yogyakarta.

Dari aspek sosial budaya, dampak dari keberadaan Swalayan Super Indo berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi di kawasan sekitar berdirinya Swalayan Super Indo, dan peningkatan penyerapan tenaga kerja serta peningkatan kesempatan kerja. Dampak dari berdirinya pasar modern memiliki dampak negatif yaitu beberapa hasil penelitian menunjukkan

bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional dalam hal penurunan omzet penjualan.

Dari aspek ekonomi dan keuangan, dana investasi yang dibutuhkan untuk pendirian Swalayan Super Indo sebesar:

Rp.9.000.000.000,00, dimana arus kas bersih setiap tahun bernilai positif. Dari hasil analisis selama 20 tahun didapatkan NPV positif dan cukup besar yaitu Rp132.091.366,00 dan jangka waktu pengembalian investasi (*payback periode*) terjadi pada bulan ke-149 (12 tahun 5 bulan)

Saran. Perlu dilakukan peluang untuk mensinergikan kedua belah pihak (antara pasar modern dengan UKM) agar tak saling mematikan. Pasar Modern misalnya, bisa memberikan ruang khusus berjualan bagi kalangan UKM dengan harga sewa yang rendah.

Mal, Supermarket, *hypermarket*, merupakan bisnis kaum bermodal, mereka dengan mudah memperoleh keistimewaan dari perbankan. Di samping itu, dalam sejarahnya perekonomian Yogyakarta itu memang sebagian besar digerakkan oleh UKM, yang telah berjasa besar menghidupi masyarakat Yogyakarta yang heterogen itu. Sehingga perlu dicarikan model kemitraan yang cocok antara pasar modern dan UKM.

Dalam Peraturan Daerah provinsi DIY Nomor 10 tahun 2005 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah provinsi DIY Nomor 5 Tahun 1992 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi DIY tidak dijelaskan secara detail aturan zonasi pendirian antara pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern. Untuk menentukan aturan tersebut, perlu dilakukan kajian pemetaan (zonasi) dan dampak irisan antar-pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan dan toko modern di seluruh kawasan DIY. Variabel-variabel penentu harus menjadi menjadi bahan pertimbangan utama, seperti jumlah penduduk per kawasan, jaringan transportasi per kawasan, profil konsumen masing-masing badan usaha, profil penjual/*tenant* dan sistem penjualan, dan seterusnya. Kajian atas variabel-variabel tersebut nantinya akan mampu membantu menjawab apakah tudingan bahwa pusat perbelanjaan dan toko modern itu membuat pasar tradisional terpuruk itu beralasan atau tidak. Di luar itu, perlu ada kajian tersendiri

untuk membahas dampak keberadaan mini-market yang semakin menjamur di tingkat lingkungan dan blok permukiman warga.

Sebagai bagian dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), PT Lion Super Indo dihimbau menggelar Program Sustainable Products yang ditujukan khusus untuk sentra usaha kecil dan menengah (UKM). program ini agak berbeda dengan kemitraan yang selama ini telah berjalan dengan para UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamin, Zulkarnain. 1984. *Perencanaan dan Analisis Proyek*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Gittinger, J. Price. Adler, Hans A. 1990. *Evaluasi Proyek*. Terjemahan Soemarsono SR. Jakarta: Rineka Cipta.
- Husnan, Suad. 1984. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: BPFE.
- Ibrahim, Yacob H.M. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revisi, Cetakan kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rineka Cipta. Manurung, Adler Haymans, 1990. *Teknik Peramalan Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sigel, Sidney. 1986. *Statistik Nonparametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sutojo, Siswanto. 1995. *Studi Kelayakan Proyek: Teori dan Praktek*. Jakarta: Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binaman Presindo.