

Studi Kelayakan Bisnis Jeonju Cooking Class di Kota Bandung

Stefanie Angelia¹, Wulanmeiaya Wowor²

^{1,2}Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: stefanie.angelia09@gmail.com, wulan.wowor@uph.edu

Abstrak - Jeonju Cooking Class merupakan usaha yang menawarkan kelas memasak dengan fokus pada masakan tradisional Korea, khususnya yang berasal dari kota Jeonju. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi potensi pasar, aspek finansial, operasional, dan sosial yang terkait dengan pendirian Jeonju Cooking Class di lingkungan Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan studi kelayakan bisnis Jeonju Cooking Class di Kota Bandung. Metode penelitian ini melibatkan survei pasar untuk mengidentifikasi minat masyarakat terhadap kelas memasak hidangan Korea, analisis keuangan untuk menilai potensi profitabilitas bisnis, serta studi operasional untuk mengidentifikasi aspek logistik dan teknis dari penyelenggaraan kelas memasak. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara dengan calon peserta. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber terpercaya terkait tren pasar dan potensi pesaing di industri kuliner Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat minat yang signifikan dari masyarakat Kota Bandung terhadap cooking class Korea, terutama yang menonjolkan masakan tradisional Korea. Analisis keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki potensi profitabilitas yang menjanjikan, dengan proyeksi pendapatan yang dapat menutupi biaya operasional dan investasi awal. Selain itu, studi operasional mengidentifikasi aspek-aspek teknis dan logistik yang perlu diperhatikan untuk menjamin penyelenggaraan kelas memasak yang efisien dan berkualitas. Kesimpulannya, berdasarkan hasil studi kelayakan ini, pendirian bisnis Jeonju Cooking Class di Kota Bandung dianggap layak secara aspek bisnis. Disarankan agar pengelola mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif, mengoptimalkan proses operasional, dan menjaga kualitas kelas memasak untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan bisnis ini di pasar Kota Bandung.

Kata Kunci: Kelayakan Bisnis, Cooking Class, Masakan Korea

Abstract - Jeonju Cooking Class is a business that offers cooking courses focusing on traditional Korean cuisine, especially the original Jeonju's cuisines. The study is conducted to assess the market potential, financial, operational, and social aspects related to establishing Jeonju Cooking Class in Bandung City. This research aims to conduct a feasibility study for Jeonju Cooking Class business in Bandung City. The research methodology involves market surveys to identify public interest in Korean cuisine cooking classes, financial analysis to evaluate the profitability potential, and operational studies to identify logistical and technical aspects of organizing cooking classes. Primary data is collected through questionnaires and interviews with potential participants. Meanwhile, secondary data is obtained from reliable sources related to market trends and potential competitors in the culinary industry of Bandung City. The research results show a significant interest among the community in Bandung City for Korean cooking classes, especially those highlighting traditional Jeonju cuisine. Financial analysis reveals that this business holds promising profitability potential, with income projections capable of covering operational costs and initial investments. Additionally, operational studies identify technical and logistical aspects that need attention to ensure the efficient and high-quality organization of cooking classes. In conclusion, based on the results of this feasibility study, the establishment of Jeonju Cooking Class in Bandung City is considered viable from a business perspective. It is recommended that the management carefully considers effective marketing strategies, optimizes operational processes, and maintains the quality of cooking courses to ensure the sustainability and success of this business in the Bandung market.

Keywords: Business Feasibility, Cooking Class, Korean Cuisine

I. PENDAHULUAN

Tingginya persentase dan frekuensi orang Indonesia yang memasak di rumah dapat menjadi alasan dari pendirian bisnis cooking class. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Opinion Park by Licorice* pada tahun 2022 terhadap 500 responden di Indonesia, diketahui bahwa sekitar 51% responden lebih memilih untuk memasak di rumah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, diketahui bahwa 53,2% responden memasak setiap hari di rumah. Alasan lainnya yang mendasari pendirian Korean cooking class adalah adanya ketertarikan yang cukup besar terhadap hidangan Korea Selatan di Indonesia. Ketertarikan ini muncul sebagai dampak dari Korean wave atau hallyu di Indonesia. Kata "hallyu" berasal dari bahasa Korea yang memiliki arti Gelombang Korea yang mengacu pada persebaran budaya Korea yang meliputi drama televisi, film, pakaian dan

makanan secara sangat cepat ke berbagai negara. Perkembangan Korean wave di Indonesia semakin signifikan, ditandai dengan persebaran restoran yang menyajikan hidangan Korea dan banyaknya toko kosmetik Korea. Korean wave di Indonesia menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif kalangan muda di Indonesia terhadap produk-produk yang berkaitan dengan budaya Korea [1].

Jeonju Cooking Class adalah sebuah usaha yang menawarkan kelas memasak hidangan Korea bagi masyarakat yang ingin mengikuti kelas memasak dimana mereka dapat memilih program yang sesuai dengan preferensinya masing-masing. Nama "Jeonju" sendiri diambil dari sebuah Kota di Korea Selatan yang merupakan tempat kelahiran makanan tradisional Korea yakni Bibimbap. Jeonju Cooking Class menyediakan ruangan dapur yang dilengkapi dengan peralatan, perlengkapan,

bahan serta pengajar yang dapat mendukung kegiatan kelas memasak. Inovasi cooking class serupa belum ditemukan di Kota Bandung sehingga dapat menjadi faktor pendukung yang sangat baik dalam pendirian Jeonju *Cooking Class* yang akan didirikan di Ruko Paskal Hyper Square Blok N Nomor 33, Pasir Kaliki, Bandung [2].

Menurut [3], *cooking class* merupakan bentuk pariwisata kuliner yang semakin populer dan diminati oleh banyak wisatawan. Selain itu, kelas memasak juga telah menjadi tren yang terus berkembang dalam beberapa tahun terakhir karena aktivitas ini menciptakan pengalaman unik bagi para pesertanya [4]. Menurut [5], *cooking class* adalah sebuah aktivitas yang memberikan edukasi tentang proses dan cara menyiapkan suatu hidangan yang dilaksanakan dalam sebuah lingkungan, komunitas ataupun sekolah. Melalui aktivitas ini, para peserta dapat menguasai cara menyiapkan suatu hidangan dan mempelajari budaya dari suatu negara melalui budaya kulinernya. Tujuan utama dari aktivitas ini sendiri adalah memberikan edukasi budaya kuliner suatu wilayah dan pengalaman wisata kuliner yang paritisipatif melalui keterlibatan para peserta dalam proses menyiapkan hidangan [6].

Studi kelayakan bisnis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji kelayakan Jeonju *Cooking Class* dari berbagai aspek dalam bisnis antara lain aspek pasar dan pemasaran, aspek operasional, aspek organisasi dan sumber daya manusia, aspek dan aspek keuangan. Analisis kecenderungan pasar dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat kota Bandung yang berusia 20 hingga di atas 45 tahun dengan 115 jumlah responden. Kuesioner tersebut disebarkan melalui tautan *Google Form*. Tujuan dari penelitian ini adalah agar pengelola dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif, mengoptimalkan proses operasional, dan menjaga kualitas kelas memasak untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan bisnis ini di pasar Kota Bandung.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan salah satu bagian penting dalam membuat sebuah proposal ataupun tulisan. Oleh sebab itu, dalam penulisan Studi Kelayakan Bisnis Jeonju *Cooking Class* dibutuhkan data ataupun hasil penelitian terdahulu yang akurat agar dapat mendukung argumen-argumen pada studi ini, berikut sumber-sumber data yang akan digunakan:

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapatkan langsung dari narasumber melalui kuesioner, wawancara ataupun observasi dengan penelitian tertentu. Dari hasil wawancara dan kuesioner juga dapat membantu mencari informasi tambahan yang relevan pada data sekunder [7]. Berikut merupakan teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penulisan studi kelayakan bisnis ini:

a) Metode Survei dengan Kuesioner

Teknik penyebaran kuesioner yang digunakan adalah *internet survey*, yakni metode pengumpulan data dimana kuesioner yang digunakan disebarkan secara daring melalui

platform tertentu untuk diisi oleh responden [8], dalam studi kelayakan bisnis ini, kuesioner yang telah dibuat akan disebarkan melalui google form dimana pertanyaan yang dimuat telah dirancang dalam bentuk *close ended questions*. Kuesioner ini dibagikan kepada pengunjung kelas memasak yang ada di Kota Bandung dengan cara bekerja sama dengan pemilik usaha kelas memasak untuk menyebarkan kuesioner tersebut kepada para peserta kelas memasak dengan tujuan studi.

b) Target Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Dalam Studi Kelayakan Bisnis Jeonju *Cooking Class*, populasi yang akan diteliti ialah penduduk Kota Bandung yang berusia 20 tahun hingga 64 tahun atau penduduk usia produktif yang berjumlah karena penduduk pada rentang usia tersebut telah memiliki pendapatan tetap dan dapat menjadi pengunjung potensial bagi usaha kelas memasak yang akan didirikan

c) Wawancara

Dalam Studi Kelayakan Bisnis Jeonju *Cooking Class*, wawancara ini akan dilakukan dengan seorang agen properti ruko di kompleks Ruko Paskal Hyper Square, Bandung untuk mengetahui harga sewa bangunan dan kondisi pasar di sekitar lokasi tersebut

d) Observasi

Observasi sendiri dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dari tingkat kunjungan dan keadaan pasar di daerah sekitar Ruko Paskal Hyper Square Blok N Nomor 33, Pasir Kaliki, Bandung. Kegiatan observasi juga ditujukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pada lokasi sekitar usaha sehingga dapat menjadi pedoman dalam penyusunan strategi.

2. Data Sekunder

Dalam studi kelayakan bisnis ini, data sekunder yang digunakan berasal dari studi pustaka buku, artikel dan jurnal tentang manajemen bisnis, keuangan, pariwisata, dan industri penyedia layanan makanan dan minuman. Selain itu, terdapat pula beberapa olahan data statistik yang diperoleh dari lembaga survei, pemerintahan, organisasi dan situs internet dengan topik pembahasan yang mendukung dan dapat membantu pengembangan ide dalam penulisan studi kelayakan bisnis ini [9].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Studi Kelayakan Bisnis Jeonju *Cooking Class*, digunakan indikator dalam beberapa aspek antara lain:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

a) Analisis Permintaan

Terdapat 83 responden (72.2%) sangat setuju apabila Jeonju *Cooking Class* menyediakan kelas memasak untuk *Korean side dish* (banchan/kimchi). Sejumlah 80 responden (69,9%) sangat setuju dengan Jeonju *Cooking Class* yang menyediakan kelas memasak Korean

Jeon. Sejumlah 82 responden (71,3%) sangat setuju dengan penyediaan kelas memasak untuk Korean Set Menu yang terdiri dari *main course*, *soup* dan 2 (dua) *side dish*. Sejumlah 79 responden (68,7%) sangat setuju dengan Jeonju *Cooking Class* yang menyediakan kelas 4 *type of dish* yang terdiri dari *banchan*, *soup*, *main dish* dan *dessert*. Selain itu, sebanyak 80 responden (69,6%) juga sangat setuju dengan Jeonju *Cooking Class* yang menawarkan kelas memasak untuk hidangan khas Korea untuk hari besar tertentu [10]. Dari hasil olahan data diatas, dapat dilihat bahwa dari seluruh produk yang ditawarkan oleh Jeonju *Cooking Class*, varian kelas memasak yang paling banyak diminati adalah kelas memasak produk *banchan*/kimchi dengan nilai rata-rata sebesar 4,64. Dengan demikian, Jeonju *Cooking Class* akan memperbanyak jadwal kelas memasak tersebut selama beberapa bulan.

- b) **Analisis Penawaran**
Dalam studi kelayakan bisnis Jeonju *Cooking Class*, terdapat beberapa jenis analisis penawaran yang digunakan yakni analisis pesaing, *Five-Forces Porter* dan *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)*.
- c) **Segmentasi, Target dan Posisi Bisnis dalam Pasar**
Berdasarkan segmentasi yang telah dilakukan, target pasar dari Jeonju *Cooking Class* merupakan penduduk Kota Bandung khususnya yang berusia 25 hingga 29 tahun, suka untuk memasak, tertarik untuk menguasai hidangan korea, memiliki minat untuk belajar memasak di luar rumah dan memiliki budget sebesar Rp500.000 hingga Rp1.499.999 perbulan untuk mengikuti kursus/edukasi *non* formal sebanyak 2 (dua) hingga 3 (tiga) kali dalam sebulan.
- d) **Bauran Pemasaran**
Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produk/jasa yang dimilikinya dengan melibatkan konsumen ataupun menyampaikan nilai dan menerima respon yang diminati dari target pasar [11]. Pada bauran pemasaran studi kelayakan bisnis Jeonju *Cooking Class* terdapat delapan elemen yaitu produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, pemaketan, pemrograman dan kerja sama.
- e) **Aspek Ekonomi, Sosial dan Politik, Lingkungan Hidup dan Teknologi.**
Jeonju *Cooking Class* merupakan sebuah usaha yang menawarkan pendidikan non-formal berupa kelas memasak bagi masyarakat khususnya penduduk Kota Bandung. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, anak usia dinim pendidikan kepemudaan, pemberdayaan

perempuan, pendidikan keaksaraan, kesetaraan serta pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan para peserta [12].

2. Aspek Operasional

a) Aspek Jenis Aktivitas dan Fasilitas

Dalam operasional bisnis Jeonju *Cooking Class*, alur kegiatan yang akan dilaksanakan terbagi menjadi dua bagian yakni sebagai berikut:



Gambar 1. *Customer Process Flow Jeonju Cooking Class*

b) Analisis Hubungan Fungsional Antara Aktivitas dan Fasilitas

Jeonju *Cooking Class* dengan aktivitas dalam operasional bisnis yang dilaksanakan:

Tabel 1. Hubungan Fungsional *Customer Process Flow* dan Fasilitas Jeonju *Cooking Class*

<i>Customer Process</i>	<i>Facilities</i>
Pembuatan Reservasi Atau <i>Walk-In</i>	<i>Reception Desk</i>
Kedatangan	<i>Area Parkir Kendaraan</i> <i>Reception Desk</i>
Konfirmasi Reservasi/Pemilihan Kelas	<i>Reception Desk</i>
Pembayaran	<i>Reception Desk</i> <i>Waiting Area</i>
Proses Persiapan Kelas Memasak	<i>Waiting Area</i> <i>Locker</i> <i>Kitchen Class Area</i>
Kegiatan Kelas Memasak	<i>Kitchen Class Area</i>
Evaluasi	<i>Kitchen Class Area</i>
Konsumsi Hidangan	<i>Dining Area</i>
Kepergian	<i>Dining Area</i> <i>Reception Desk</i> <i>Area Parkir Kendaraan</i>

c) Perhitungan Kebutuhan Ruang Fasilitas

Dalam rencana pembangunan Jeonju *Cooking Class*, seluruh ruangan dan fasilitas yang dimiliki telah dirancang dengan perhitungan yang menyeluruh agar dapat mendukung seluruh aktivitas operasional baik bagi pengunjung ataupun karyawan dengan maksimal [13].

Tabel 2. Luas Ruang Fasilitas Jeonju *Cooking Class* Dalam m^2

No	Fasilitas	Luas
1	Dining Area	74,49 m ²
2	Reception Desk	15,8 m ²
3	Waiting Area	
4	Kitchen Class Area (Lantai 2)	64,33 m ²
5	Kitchen Class Area (Lantai 3)	64,33 m ²
6	Pantry	2,23 m ²
7	Toilet	2,99 m ²
8	Toilet (Lantai 2 & 3)	1,5 m ²
9	Locker	4,45 m ²
10	Office	25,9 m ²
11	Storage Room	24,66 m ²
12	Toilet (Lantai 4)	2,34 m ²
13	Changing room	2,04 m ²

d) Pemilihan Lokasi

Terdapat beberapa faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu visibilitas bangunan usaha, demografis wilayah usaha, aksesibilitas menuju lokasi usaha, kondisi lingkungan, ketersediaan lahan parkir serta harga sewa atau beli bangunan [14]. Berdasarkan teori pemilihan lokasi usaha tersebut, Jeonju Cooking Studio telah melakukan riset dan menemukan tiga lokasi yang dipertimbangkan dapat menjadi lokasi operasional Jeonju Cooking Class di Kota Bandung yakni Jalan Braga, Kompleks Ruko Paskal Hypersquare dan Jalan Cihampelas.

e) Teknologi yang Digunakan

Berkaitan dengan usaha yang dimiliki Jeonju Cooking Class akan menggunakan berbagai teknologi untuk mempermudah seluruh aktivitas dan kinerja karyawan dalam memberikan layanan di Jeonju Cooking Class. *Wireless Fidelity (Wi-Fi)*, Sistem Absensi *Fingerprint*, *Closed Circuit Television (CCTV)*, Pendingin Ruangan (AC), *Clip on Mic* dan *Speaker*, Komputer [15].

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

a) Pengorganisasian

Seluruh tahapan pengembangan sumber daya manusia pada Jeonju Cooking Class akan dipertanggung jawabkan oleh manajer operasional dan *instructor lead* yang meliputi analisis pekerjaan, analisis pengelola usaha, struktur organisasi [16].

b) Pengembangan Sumber Daya Manusia

Meliputi rekrutmen, seleksi dan orientasi, kompensasi, pelatihan dan pengembangan.

c) Aspek Yuridis

Jeonju Cooking Class merupakan usaha kelas memasak yang memiliki badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Gunawan Seoul Food. Menyesuaikan dengan aturan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, PT merupakan sebuah badan hukum yang diliputi dari persekutuan modal yang dibagi menjadi bentuk saham, memiliki perjanjian

pendirian serta telah memenuhi persyaratan dan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah [17].

4. Aspek Keuangan

a) Kebutuhan dan Sumber Dana

Tabel 3. Rincian Modal Awal Jeonju Cooking Class

No.	Jenis Pengeluaran	Jumlah
1.	Renovation	Rp220.720.000
2.	Equipment	Rp574.267.300
3.	Supplies (1 month)	Rp10.785.900
4.	Pre-Operating Expense	Rp155.012.500
5.	PAR Insurance	Rp3.480.060
6.	Beginning Inventory (1 month)	Rp37.657.500
7.	Cash On Hand	Rp100.000.000
Total		Rp1.101.923.260

b) Perkiraan Biaya Operasional

Tabel 4. Rincian Biaya Operasional Jeonju Cooking Class.

No	Deskripsi	Pengeluaran/Tahun
1	Cost of Goods Sold (COGS)	Rp478.257.528
2	Rent	Rp125.000.000
3	Compensation	Rp1.274.000.000
4	Social Insurance Programs	Rp128.066.400
5	PAR Insurance	Rp3.480.060
6	Utilities	Rp121.920.000
7	Depreciation & Amortization	Rp174.498.710
8	Training & Development	Rp39.840.000
9	Marketing and Promotion	Rp32.870.000
10	Repair & Maintenance	Rp17.400.000
11	Others	Rp10.000.000
Total Biaya Operasional		Rp2.405.332.698

c) Perkiraan Pendapatan Usaha

Jeonju Cooking Class akan beroperasi mulai pukul 10:00 WIB hingga 21:00 WIB atau selama 11 jam. Durasi operasional efektif Jeonju Cooking Class yang telah dikurangi dengan waktu persiapan ruang kelas memasak adalah 8,5 Jam dengan rata-rata durasi kelas memasak adalah selama 1 jam 45 menit. Dalam satu hari, total kelas memasak yang dapat dilaksanakan oleh Jeonju Cooking Class adalah 10 kelas yang terbagi di dua ruang kelas yang berbeda, dengan jumlah maksimal peserta kelas memasak per ruangan sejumlah 12 orang maka didapatkan jumlah maksimal pengunjung dalam satu hari adalah 120 orang yang berarti perputaran pengunjung maksimal dari Jeonju Cooking Class adalah 5 kali. Dengan asumsi operasional penuh dalam satu tahun atau 365 hari, jumlah pengunjung maksimal Jeonju Cooking Class dalam satu tahun adalah 43.800 orang [18].

Tabel 5. Rincian Perkiraan Pendapatan Jeonju Cooking Class pada Tahun Pertama.

No	Kategori	Pendapatan Tahun Pertama
1	Cooking Class	Rp3.311.491.935
Total		Rp3.311.491.935

d) Poyeksi Neraca

Jeonju Cooking Class ditahun pertamanya memiliki total aset sebesar Rp1.101.923.260,00

yang termasuk dalam aset lancar, aset tetap, aset tak berwujud, liabilitas yang berjumlah sebesar Rp661.153.956,00 dan juga ekuitas berjumlah Rp440.769.304,00. Seluruh rincian mengenai proyeksi neraca Jeonju *Cooking Class* terlampir pada Lampiran E-44.

e) Proyeksi Laba Rugi

Dalam hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan pada tahun pertama Jeonju *Cooking Class* telah mendapatkan sebesar Rp3.311.491.935,00. Keuntungan kotor yang didapat pada tahun pertama dari perhitungan *Cost of Goods Sold* (COGS) yaitu sebesar Rp2.833.748.149,00 di tahun pertama. Selain itu, untuk mengetahui penghasilan yang tidak termasuk pajak dan bunga maka laba akan dikurangi dengan biaya operasional yang dikeluarkan di tahun pertama. Setelahnya, penghasilan yang belum termasuk pajak dan bunga akan dikurangi dengan beban bunga dan pajak. Dengan hasil akhir yaitu keuntungan bersih yang didapatkan oleh Jeonju *Cooking Class* ialah sebesar Rp642.118.095,00 [19].

f) Proyeksi Arus Kas

Arus kas dalam perusahaan biasanya berisis berbagai transaksi yang terhubung dengan perekonomian perusahaan [20]. Arus kas masuk Jeonju *Cooking Class* pada tahun pertama ialah sebesar Rp3.311.491.935, sedangkan arus kas keluar Jeonju *Cooking Class* sebesar Rp2.552.278.184 di tahun pertamanya. Oleh sebab itu, hasil yang diterima oleh perusahaan ialah untung karena arus kas yang masuk lebih besar dari arus kas yang keluar.

g) Total penjualan dari Jeonju *Cooking Class* di tahun pertama ialah sebesar Rp3.311.491.935 dan biaya yang dikeluarkan ialah sebesar Rp1.998.371.175. Berikut merupakan rumus dari perhitungan *Break Even Point* Jeonju *Cooking Class*:

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{(\text{Sales} - \text{Variable Cost})} \times \text{Sales}$$

$$BEP = \frac{Rp1.998.371.175}{(Rp3.311.491.935 - Rp599.663.787)} \times Rp3.311.491.935$$

$$BEP = Rp2.440.268.950 \text{ (74\%)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, *Break Even Point* (BEP) dari Jeonju *Cooking Class* ialah 74% dari operasional yang dilakukan di tahun pertama.

h) Penilaian Investasi

Profitability Index merupakan hasil perhitungan dari keuntungan sebuah bisnis. Investasi untuk sebuah bisnis layak dilakukan jika nilai PI lebih dari satu dan tidak dilakukan jika nilai terdapat

dibawahnya ataupun kurang [21]. Berikut merupakan rumus perhitungan dari Profitability Index:

$$PI = \frac{PV \text{ of Future Cash Flow}}{\text{Intial Investment}}$$

$$PI = \frac{Rp18.433.358.503}{Rp1.101.923.260}$$

$$PI = 16,73$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa *profitability index* dari investasi Jeonju *Cooking Class* bernilai 16,73. Sebuah investasi layak dijalankan apabila nilai *Profitability Index* (PI) lebih dari 1 (satu), sehingga investasi Jeonju *Cooking Class* dinyatakan layak untuk dilakukan [22].

i) Analisa Rasio Laporan Keuangan

1) Rasio Likuiditas

a. *Current Ration*: Berdasarkan hasil perhitungan, hasil yang didapatkan pada tahun pertama ialah 16,98 yang berarti Jeonju *Cooking Class* dapat membayar Rp 1 dari liabilitas jangka pendek yang dimiliki dengan setiap Rp16,98 dari aset yang bisa digunakan

b. *Quick Ratio*: Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa *quick ratio* dari Jeonju *Cooking Class* adalah 16,19 yang berarti setiap Rp 1 dari liabilitas jangka pendek mampu dibayarkan dengan setiap Rp16,19 dari aset yang telah dikurangi dengan biaya pembelian persediaan awal.

c. *Inventory to Net Working Capital*: Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui hasil yang didapat adalah 0,05.

d. *Cash Ratio*: Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa *cash ratio* Jeonju *Cooking Class* memiliki pada tahun pertama sebesar 15,90.

e. *Operating Cash Flow Ratio*: Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bawa hasil dari *operating cash flow* adalah 14,44 pada tahun pertama.

2) Rasio Solvabilitas

a. *Debt to Assets* (D/A): Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebanyak 36,03% dari total aset Jeonju *Cooking Class* diperoleh dari hutang.

b. *Debt to Equity* (D/E): Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa pada tahun pertama, sebesar 56,33% modal Jeonju *Cooking Class* berasal dari hutang.

c. *Time Interest Earned* (TIE): Dari hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa

- Jeonju *Cooking Class* dapat membayar bunga pada tahun pertama sebanyak 26,72 kali dengan pendapatan sebelum pajak dan bunga pada tahun pertama.
- d. *Long Term Debt to Capital Structure*: *Long term debt to capital structure* merupakan perhitungan antara hutang jangka panjang dengan liabilitas yang akan ditambahkan dengan ekuitas pemilik. Berikut merupakan rumus perhitungan dari *long term debt to capital structure*:
- $$\frac{\text{Long term debt}}{\text{Long term liabilities} + \text{Owner's Equity}}$$
- $$\frac{\text{Rp}555.963.356}{\text{Rp}1.638.850.755} = 33,92\%$$
- e. *Current Liabilities to Equity*: Berdasarkan perhitungan, hasil yang didapatkan ialah 4,99% pada tahun pertama.
- 3) Rasio Profitabilitas
- a. *Gross Profit Margin (GPM)*: Berdasarkan perhitungan hasil yang didapatkan ialah sebesar 85,72% pada operasional tahun pertama.
- b. *Net Profit Margin*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui laba bersih yang didapat ialah 19,39% pada operasional tahun pertama.
- c. *Return on Assets*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui *return on assets* yang didapatkan ialah 37,93% pada operasional tahun pertama.
- d. *Return on Equity*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui *return on equity* yang diperoleh pada tahun pertama ialah 59,30%.
- e. *Earning per Share*: Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui *earning per share* yang didapatkan ialah Rp1,46 pada operasional tahun pertama.
- 4) Rasio Aktivitas
- a. *Fixed Assets Turnover*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui hasil dari *fixed assets turnover* ialah 5,21 yang menunjukkan bahwa dari setiap Rp1,00 aset yang dimiliki akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp5,21
- b. *Total Assets Turnover*: Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa *total assets turnover* dari Jeonju *Cooking Class* selama tahun pertama ialah sebesar 1,96.
- c. *Inventory Turnover*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa dalam satu tahun operasional, Jeonju *Cooking Class* dapat melakukan pergantian inventaris sebanyak 11,00 kali.
- d. *Day of Inventory*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui persediaan dari Jeonju *Cooking Class* harus diisi kembali setiap 33 hari sekali.
- e. *Net Working Capital Turnover*: Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa pada operasional di tahun pertama setiap Rp1,00 modal perusahaan dapat menghasilkan Rp0,74.
- 5) Rasio Operasional
- a. *Cooking Class Cost Percentage*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa persentase biaya kelas memasak di tahun pertama adalah sebesar 14,44% dari total penjualan kelas memasak.
- b. *Labor Cost Percentage*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa hasil *labor cost percentage* di tahun pertama operasional ialah sebesar 42,34%.
- 6) Rasio Kelas Memasak
- a. *Revenue per Employee Hour Worked*: Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa dalam setiap *shift* pada tahun pertama, seorang karyawan mampu menghasilkan pendapatan sebesar Rp1.724.735.
- b. *Cover per Employee Hour Worked*: Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa dalam setiap *shift* selama setahun, seorang karyawan mampu melayani sebanyak 4,56 pelanggan Jeonju *Cooking Class*.
- c. *Seat Turnover*: Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa perputaran tempat duduk dari Jeonju *Cooking Class* pada tahun pertama ialah sebanyak 1 kali per hari.
- d. *Average Spend per Head*: Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa pelanggan yang datang ke Jeonju *Cooking Class* rata-rata mengeluarkan uang sebanyak Rp378.024.
- e. *Revenue Yield per Seat*: Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa setiap kursi yang dimiliki Jeonju *Cooking Class* menghasilkan pendapatan sebanyak Rp137.978.831 pada operasional di tahun pertama.
- j) Manajemen Resiko
Manajemen resiko Jeonju *Cooking Class* diantaranya:

Tabel 6. Manajemen Resiko Jeonju *Cooking Class*

Aspek	Respon
Fisik	1. Menggunakan asuransi PAR untuk menjamin kerusakan yang terjadi pada perusahaan. 2. Mengatasi dengan memberikan pelatihan dan berbagai informasi mengenai pencegahan serta hal yang harus dilakukan saat kerusakan terjadi
Operasional	1. Memberikan pelatihan mengenai seluruh penggunaan peralatan di perusahaan serta bagaimana cara mengamanakannya 2. Memberikan informasi mengenai seluruh bahan baku yang digunakan, cara penyimpanan serta SOP yang berlaku. 3. Melakukan pemeliharaan untuk berbagai alat elektronik ataupun teknologi yang digunakan, serta memberikan informasi penggunaan dan pencegahan sebelum kerusakan.
Sumber Daya Manusia	1. Memberikan pelatihan serta menetapkan SOP dan juga peraturan agar seluruh karyawan lebih tertib dan disiplin 2. Memberikan pelatihan mengenai Kerjasama atau team work agar setiap karyawan dapat bekerja secara langsung sebagai tim, mengatur kebutuhan tenaga kerja menyesuaikan dengan ruang kelas dan juga jam kerja seluruh karyawan.
Hukum	1. Mengumpulkan informasi ataupun hal terkait perubahan perundang-undangan dan pemerintah 2. Bekerja sama dengan ahli hukum dan lainnya untuk membantu mengatasi atau menyelesaikan seluruh kebutuhan yang berbasis hukum
Pasar	1. Melakukan riset pasar serta mengkreasikan ide baru sesuai dengan tema kelas memasak 2. Mempertahankan kualitas pengajar, produk/ bahan serta melakukan berbagai promosi atau pembuatan paket dan program baru untuk menarik konsumen.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk usia produktif sempat mengalami penurunan dari tahun 2018 hingga 2020, namun jumlah tersebut terus meningkat hingga saat ini. Rata-rata persentase penduduk usia produktif yang berada pada rentang usia 20 hingga 44 tahun di Kota Bandung dalam 5 tahun ke belakang adalah 40,8%, yang mana angka tersebut hampir setengah dari jumlah penduduk di Kota Bandung.

IV. KESIMPULAN

Analisis pasar dari Jeonju *Cooking Class* didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada 115 responden di Kota Bandung yang tergolong dalam usia produktif yakni 20 hingga 45 tahun. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner memberikan respon yang positif terhadap fasilitas, produk serta konsep yang ditawarkan dan juga merupakan target pasar dari Jeonju *Cooking Class* yakni masyarakat Kota Bandung yang berusia produktif (20 – 45 tahun), menyukai budaya Korea, gemar untuk melakukan kegiatan di luar rumah dan juga suka memasak. Melalui hasil kuesioner yang didapatkan, dapat diketahui juga bahwa mayoritas responden mengikuti kursus sebanyak 2-3 kali per bulan dan mengeluarkan biaya rata-rata sebesar Rp160.000 – Rp750.000 untuk mengikuti satu sesi kelas memasak. Dalam aspek operasional Jeonju *Cooking Class* memiliki tiga jenis aktivitas yaitu reservasi, *walk-in* dan juga *service sequence flow* untuk karyawan yang bekerja. Seluruh aktivitas yang ada juga didukung dengan berbagai fasilitas yang tersedia seperti area parkir, *reception desk*, *waiting area*, area kelas memasak, ruang loker, *dining area*, *pantry*, toilet, *storage room*, dan juga *office room*. Jeonju *Cooking Class* memiliki dua area kelas memasak

yaitu di lantai dua dan tiga yang memuat masing-masing maksimal 12 orang dengan total maksimal 24 orang dalam satu hari. Selain itu, fasilitas pendukung lainnya yaitu teknologi seperti Wi-Fi, sistem absensi, CCTV, pendingin ruangan, komputer, *clip on mic* dan *speaker*.

Dalam segi manajemen sumber daya manusia, Jeonju *Cooking Class* membutuhkan beberapa pekerja pada posisi yang dibutuhkan seperti komisaris, direktur, manajer operasional, *lead instructor*, *class instructor*, *sales & marketing officer*, *finance*, *tax & accounting officer*, *receptionist*, dan *public attendant*. Karena itu, Jeonju *Cooking Class* telah menentukan dan membuat perencanaan terkait deskripsi pekerjaan, spesifikasi tenaga kerja untuk masing-masing posisi serta pelatihan dan pengembangan untuk masing-masing karyawan. Jumlah karyawan yang dibutuhkan oleh Jeonju *Cooking Class* adalah sebanyak 21 orang. Setiap karyawan yang bekerja pada *front of the house* atau bagian operasional memiliki tiga *shift* dengan lama operasional usaha selama 11 jam per hari dari pukul 10:00 WIB hingga 21:00 WIB. Seluruh jadwal dan jam kerja karyawan telah menyesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yakni 9 jam kerja dan 1 jam istirahat dengan jumlah lima hari kerja dalam satu minggu. Dalam pembukaan bisnis Jeonju *Cooking Class* modal awal yang dibutuhkan ialah investasi serta berbagai dana yang digunakan untuk biaya renovasi, peralatan, perlengkapan, pra-operasional, asuransi properti, serta persediaan lainnya. Sumber modal awal yang dimiliki Jeonju *Cooking Class* terbagi menjadi dua yang terdiri dari Rp440.769.304 (40%) yang merupakan modal pribadi dan Rp661.153.956 (60%) yang merupakan modal dari pinjaman bank. Biaya operasional yang dibutuhkan Jeonju *Cooking Class* pada tahun pertama adalah sebesar Rp2.405.332.698 yang terdiri dari *Cost of Goods Sold* (COGS), biaya sewa, kompensasi, jaminan sosial, asuransi *Property All Risk* (PAR), perlengkapan, depresiasi dan amortisasi, pelatihan dan pengembangan, promosi dan pemasaran, perbaikan dan perawatan serta dana lain yang digunakan untuk kebutuhan mendatang. Pada penilaian investasi, Jeonju *Cooking Class* memiliki hasil *Internal Rate of Return* sebesar 93,65%, angka tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai WACC sebesar 5,01. Hal tersebut membuat bisnis ini dinyatakan layak untuk dilaksanakan. Selain itu, dengan tingkat diskonto sebesar 5,01% *discounted payback period* Jeonju *Cooking Class* akan tercapai pada tahun kedua di hari ke dua puluh. Jeonju *Cooking Class* juga melakukan analisa rasio seperti rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, aktivitas, operasional, dan kelas memasak. Serta Jeonju *Cooking Class* juga mempersiapkan seluruh manajemen resiko untuk meminimalisir dampak yang akan terjadi.

V. REFERENSI

- [1] Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural*

- Equation Modeling*, 4(2), i–xx. [https://doi.org/10.47263/jasem.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/jasem.4(2)01).
- [2] Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Daerah Kota Bandung* 2022. <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2022/12/09/d3ccf28949b3bbcc7e7f21/statistik-daerah-kota-bandung-2022.html>
- [3] Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Suntikul, W., & Huang, W.-J. (2019). Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775>
- [4] Yigit, S. (2022). Is it possible to get to know a culture through cooking classes? Tourists experiences of cooking classes in Istanbul. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100527. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100527>.
- [5] Pawar, S., Hole, Y., & Bhaskar, M. P. (2019). Porter's Five Forces Model: Gives You A Competitive Advantage. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(4), 1436–1448.
- [6] Bruijl, G. H. Th. (2018). The Relevance of Porter's Five Forces in Today's Innovative and Changing Business Environment. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3192207>
- [7] Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach* (M. McDonald, Ed.; 8th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- [8] Lavidas, K., Petropoulou, A., Papadakis, S., Apostolou, Z., Komis, V., Jimoyiannis, A., & Gialamas, V. (2022). Factors Affecting Response Rates of the Web Survey with Teachers. *Computers*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/computers11090127>.
- [9] Saputra, A. D., Nurmala, R., & Cakrawala, A. P. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran 8P Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 19–41. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/166/150>
- [10] Jang, D. J., Chung, K. R., Yang, H. J., Kim, K. S., & Kwon, D. Y. (2019). Discussion on the origin of kimchi, representative of Korean unique fermented vegetables. *Journal of Ethnic Foods*, 2(3), 126–136. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.08.005>
- [11] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- [12] Wayansari, L., Anwar, I. Z., & Amri, Z. (2018). Manajemen Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi. In *Mana* (1st ed.). Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- [13] Adom, A. Y., Nyarko, I. K., & Som, G. N. K. (2019). Competitor Analysis in Strategic Management: Is it a Worthwhile Managerial Practice in Contemporary Times? *Journal of Resources Development and Management*, 24, 116–127. <https://iiste.org/Journals/index.php/JRDM/article/view/33186>
- [14] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson.
- [15] Suntikul, W., Agyeiwaah, E., Huang, W.-J., & Pratt, S. (2020). Investigating the Tourism Experience of Thai Cooking Classes: An Application of Larsen's Three-stage Model. *Tourism Analysis*, 25(1), 107–122. <https://doi.org/10.3727/108354220X15758301241684>
- [16] Rasid, J., Wondal, R., & Samad, R. (2020). Kajian tentang Kegiatan Cooking Class Dalam Meningkatkan Keterampilan Motorik Halus Anak Usia 5-6 Tahun. *Jurnal Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 82–91.
- [17] Rusdiana, E. (2020). Meningkatkan Hasil Belajar dalam Pengolahan Makanan yang Mengandung Karbohidrat sebagai Sumber Zat Tenaga Melalui Model Kooperatif Tipe Jigsaw. *Jurnal Penelitian Tindakan Dan Pendidikan*, 3(1), 2017.
- [18] Adi, I. A. S. P. (2023). Pengalaman Wisatawan Mengikuti Cooking Class: Sebuah Studi Netnografi. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.52352/jgi.v11i1.1122>.
- [19] Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2021). *Financial Management: Theory and Practice* (15th ed.). Cengage Learning.
- [20] Riyono, J., Pujiastuti, C. E., & Putri, A. L. R. (2022). Forecasting Laju Inflasi Indonesia Menggunakan Rantai Markov. *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jsms.v8i1.14767>.
- [21] Gürel, E. (2019). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- [22] Alexander, J. (2018). *Financial Planning & Analysis and Performance Management*. John Wiley & Sons, Inc.
- [23] Daniar, E. S. (2022). Analisis Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan Masyarakat Kabupaten Sidoarjo Tahun 2020. *Jurnal Geografi*, 20(20).
- [24] Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109. <https://doi.org/10.20473/jhi.v11i1.8749>
- [25] Morrison, A. M. (2022). *Hospitality and Travel Marketing* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003292616>.