



LAPORAN PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ESKULKUL
DI KEDAI ESKULKUL BOCIL, BOGOR**

Oleh:

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si, MM
Anggota : 1. Inriyani

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA ANGGARAN
PENDAPATAN DAN BELANJA STIE GICI TAHUN AKADEMIK
2022/2023. NOMOR KONTRAK: 232/LPPM-GBS/I/2023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI "GICI"
2023**

SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN Nomor : 232/LPPM-GBS/I/2023

Pada hari ini, Senin, tanggal Dua bulan Januari tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga (02-01-2023), kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) Herman Susilo, SE, MM.
Selaku Ketua LPPM STIE “GICI” untuk Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “GICI”, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2) Altatit Dianawati, S.Si, MM
Selaku Peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**; menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut.

Pasal 1 JUDUL PENELITIAN

PIHAK PERTAMA dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada **PIHAK KEDUA** untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor”**

Pasal 2 WAKTU DAN BIAYA PENELITIAN

- 1) Waktu penelitian adalah 6 bulan, dari 2 Januari 2023 sampai dengan 23 Juni 2023.
- 2) Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada pos Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) Jurusan Peneliti bersangkutan tahun 2022/2023 dengan nilai kontrak sebesar **Rp. 6.250.000 (Enam Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)**.

Pasal 3 PERSONALIA PENELITIAN

Susunan personalia penelitian ini sebagai berikut :

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si, MM
Anggota : 1. Inriyani

Pasal 4 CARA PEMBAYARAN

Pembayaran biaya penelitian diberikan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI”, yaitu:

- 1) Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak yang diterimakan paling cepat dua minggu setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua belah pihak melalui Bendahara STIE “GICI”.
- 2) Tahap II sebesar 30% dari nilai kontrak yang diterimakan setelah **PIHAK KEDUA** menyelesaikan seluruh kewajiban pekerjaan penelitian

Pasal 5

KEASLIAN PENELITIAN DAN KEBEBAS-IKATAN DENGAN PIHAK LAIN

- 1) **PIHAK KEDUA** bertanggung jawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
- 2) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.
- 3) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
- 4) Apabila di kemudian hari diketahui ketidak benaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian dinyatakan batal, dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana yang telah diterima.

PASAL 6

PEMBIMBING/KONSULTAN PENELITIAN LATIHAN

- 1) Setiap Peneliti Latihan harus menunjuk seorang Pembimbing/Konsultan yang bertugas membimbing pelaksanaan penelitiannya.
- 2) Peneliti Latihan diharuskan berkonsultasi dengan pembimbingnya berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan serta laporan hasil penelitiannya.
- 3) *Honorarium* Pembimbing/Konsultan (untuk peneliti dari mahasiswa) ditanggung oleh institusi STIE “GICI” di luar nilai kontrak penelitian sesuai ketentuan yang berlaku, dan akan dibayarkan setelah laporan hasil penelitian beserta kelengkapannya diserahkan ke LPPM melalui Bendahara STIE “GICI”.

Pasal 7

MONITORING PENELITIAN

- (1) **PIHAK PERTAMA** berhak untuk:
 - a) Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
 - b) Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh Peneliti.
 - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dilakukan oleh **PIHAK PERTAMA** bersama dengan *Reviewer*, dan Pembimbing Penelitian untuk Penelitian Latihan.
- (3) **PIHAK KEDUA** diharuskan membuat dan menyampaikan Laporan Kemajuan atas pelaksanaan penelitiannya kepada **PIHAK PERTAMA** sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- (4) Pelaksanaan kemajuan penelitian dijadwalkan pada bulan ke-3 setelah Kontrak Penelitian ditanda tangani (Maret 2023).
- (5) Format Laporan Kemajuan dan Teknis pelaksanaannya akan diatur kemudian.

Pasal 8

LAPORAN SEMENTARA DAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

- 1) **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan laporan hasil penelitian sementara kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat pada 30 Juni 2023 sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- 2) Laporan sementara itu digunakan sebagai bahan seminar hasil penelitian yang penyelenggaraannya menjadi tanggung jawab **PIHAK PERTAMA**.
- 3) Ketua Peneliti diwajibkan hadir untuk mempresentasikan hasil penelitiannya pada seminar hasil penelitian.
- 4) Pelaksanaan teknis seminar hasil penelitian akan diatur tersendiri oleh **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 9
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

- 1) Setelah seminar hasil penelitian sebagaimana dimaksud pada pasal 8 Perjanjian ini, **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan revisi laporan penelitiannya dalam waktu paling lambat dua minggu.
- 2) Revisi laporan penelitian yang sudah diseminarkan harus mendapat pengesahan dari *reviewer* dan dijilid dalam satu kesatuan dengan laporan.
- 3) Berkas-berkas laporan meliputi:
 - (a) Laporan lengkap penelitian terdiri dari: (A) Laporan Hasil Penelitian, (B) Naskah Publikasi, dan (C) Sinopsis Penelitian Lanjutan (jika ada kelanjutan).
 - (b) Laporan akhir penelitian rangkap 4 (empat) dengan perincian 1 eks. Untuk LPPM, 1 eks. Untuk Perpustakaan STIE “GICI”, 1 eks. Untuk Jurusan.
 - (c) Naskah publikasi dalam bentuk *feature* sebanyak 2 eksemplar yang terpisah dari laporan akhir hasil penelitian. Naskah *feature* (dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*) ini disiapkan untuk publikasi di media massa.
 - (d) Disket atau CD berisi *file* laporan lengkap dan naskah publikasi bentuk *feature* sebanyak 1 keping.
- 4) Format laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dan telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI” dan suplemen ralatnya baik dalam hal warna sampul, tata tulis maupun urutan masing-masing komponen.
- 5) Pada sampul bagian tengah dituliskan nama Peneliti atau Tim Peneliti lengkap dengan gelar masing-masing, sedangkan pada bagian bawah dari laporan tersebut harus dituliskan pernyataan yang berbunyi:

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA STIE “GICI”
TAHUN AKADEMIK 2022/2023
Nomor Kontrak : 232/LPPM-GBS/I/2023**

Pasal 10
HAK KEPEMILIKAN ATAS BARANG/PERALATAN PENELITIAN

Segala barang atau alat yang dibeli atas biaya penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti yang bersangkutan. Pengaturan kepemilikannya sebagai berikut :

- 1) Barang atau alat berupa *catridge*, *printer*, alat perekam, akses internet, dan sejenisnya selama masih dapat menggunakan fasilitas STIE “GICI” pada dasarnya tidak dianggarkan dalam biaya penelitian.
- 2) Kamera, alat perekam, dan semacamnya yang dapat dipakai ulang, Buku, Jurnal, CD, VCD, DVD, *cassete*, dan sejenisnya yang merupakan *software*, program, alat atau referensi penelitian yang didapatkan (dibeli) dari anggaran penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti.
- 3) Pemindahan hak kepemilikan barang atau alat sebagaimana tersebut dilakukan melalui **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 11
INSTITUSIONAL FEE

Dalam rangka penyeragaman dan efisiensi administrasi pelaporan penelitian, **PIHAK PERTAMA** melakukan pemotongan terhadap dana penelitian yang telah disetujui sebesar 5% dengan alokasi pemanfaatan antara lain untuk :

- 1) Penggandaan laporan akhir penelitian sebanyak 4 eksemplar.
- 2) Kegiatan penunjang penelitian bagi dosen/pengusul penelitian.

Pasal 12
SANKSI

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 Perjanjian ini akan mendapatkan sanksi sebagai berikut :

- 1) Diberhentikannya bantuan keuangan, dan **PIHAK KEDUA** diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada STIE "GICI" melalui **PIHAK PERTAMA**, atau
- 2) tidak diperbolehkan mengajukan usulan penelitian pada periode tahun anggaran tersebut bagi Ketua dan Anggota Peneliti.

Pasal 13
PENUTUP

Perjanjian ini berlaku sejak ditanda tangani dan disetujui oleh **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**.

Depok, 02 Januari 2023,

PIHAK PERTAMA,

PIHAK KEDUA,



Herman Susilo, SE, MM

Ketua LPPM

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Peneliti

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN STIE “GICI”**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Altatit Dianawati, S.Si, MM
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. NIDN : 0403067803
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jurusan : Manajemen
- f. Nomor Handphone : 08158768186
- g. Alamat E-mail : altatit02@gmail.com

Anggota Tim

- a. Nama Anggota 1/Jurusan : Inriyani
- b. Nama Anggota 2/Jurusan :

Lokasi Penelitian : Kedai Eskulkul Bocil
Alamat : Bogor
Lama Penelitian : 6 (Enam) Bulan
Biaya yang diperlukan : Rp. 6.250.000
Sumber Pendanaan : LPPM GICI
Sumber Lain :

Depok, 23 Juni 2023

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Ketua Peneliti

Altatit Dianawati, S.Si, MM

NIDN: 0403067803

Altatit Dianawati, S.Si, MM

NIDN: 0403067803

Menyetujui,
Ketua LPPM STIE GICI



LPPM
GICI BUSINESS SCHOOL
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

Herman Susilo, SE, MM

NIDN: 0401128604

ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor

Ketua Peneliti : Altatit Dianawati, S.Si, MM

Anggota : 1. Inriyani

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Bocil. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Eskulkul Bocil. Berdasarkan Uji F dengan tingkat signifikansi 5%, menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan (bersamaan) terhadap keputusan pembelian Eskulkul Bocil. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,406 artinya sebesar 40,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi. Adapun sisanya sebesar 59,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

ABSTRACT

Judul Penelitian : *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor*

Ketua Peneliti : Altatit Dianawati, S.Si, MM

Anggota : 1. Inriyani

Kata Kunci : *Product Quality, Price, Promotion, Location, Purchase Decision.*

This study aims to determine the influence of Product Quality, Price, Promotion, and Location have a partial or simultaneous effect on the Purchase Decision of Eskul Bocil. The approach used is quantitative using multiple regression analysis. Based on the results of the analysis, it shows that price and location variables partially have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the variables of product quality and promotion partially have a significant effect on the purchase decision of Eskulkul Bocil. Based on Test F with a significance level of 5%, it shows that product quality, price, promotion and location have a simultaneous effect on the purchase decision of Eskulkul Bocil. The coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.406 means that 40.6% of purchasing decisions can be explained by variables of product quality, price, promotion, and location. The remaining 59.4% was explained by other variables that were not included in the research model.

.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	8
2.1.2. Studi Kelayakan Bisnis	10
2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis.....	11
2.1.4. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis.....	12
2.1.5. Lembaga Yang Membutuhkan Studi Kelayakan Bisnis	14
2.1.6. Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis.....	14
2.1.7. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Konseptual	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	29
3.2. Jenis Penelitian	29
3.3. Data Yang Diperlukan.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5. Alat Analisis	31
3.5.1. Aspek pasar dan pemasaran	32
3.5.2. Aspek Hukum	32
3.5.3. Aspek Teknis	33
3.5.4. Aspek Manajemen Dan Organisasi.....	33
3.5.5. Aspek Dampak Lingkungan.....	33
3.5.6. Aspek Keuangan.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Usaha/Bisnis	37
4.1.2 Visi dan Misi Kedai Eskulkul Bocil.....	38
4.2 Aspek Hukum	38
4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	43
4.3.1 Analisis STP (<i>segmenting, targeting, dan positioning</i>).....	43
4.3.2 Analisis 4P (<i>Product, Price, Place, Dan Promotion</i>).....	47
4.4 Aspek Tekhnis/Produksi	49
4.4.1 Proses Produksi	49
4.4.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	49
4.5 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia	51
4.5.1 Analisis Jabatan	51
4.6 Aspek Dampak Lingkungan.....	51
4.7 Aspek Keuangan	52
4.6.1 <i>Payback Period</i> (PP)	58
4.6.2 <i>Net Present Value</i> (NVP)	60
4.6.3 <i>Internal Rate of Return</i> (IIR).....	60
4.6.4 <i>Profitability Index</i> (PI)	61
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	29
Tabel 4.1. Daftar Menu Produk Kedai Eskulkul Bocil.....	47
Tabel 4.2. Daftar Harga Produk Kedai Eskulkul Bocil	48
Tabel 4.3. Jabatan di Kedai Eskulkul Bocil	51
Tabel 4.4. Modal Investasi Kedai Eskulkul Bocil	53
Tabel 4.5. Biaya Operasional 2020.	54
Tabel 4.6. Biaya Operasional 2021	55
Tabel 4.7. Biaya Operasional 2022	56
Tabel 4.8. Biaya Operasional 2023	57
Tabel 4.9. Tabel Investasi dan Rencana Investasi	58
Tabel 4.10. Kebutuhan Modal Kerja	58
Tabel 4.11. Arus Kas	59
Tabel 4.12. Pendapatan Eskulkul Bocil.....	59
Tabel 4.13. <i>Cash Flow</i> Selama Umur Ekonomis	59
Tabel 4.14. <i>Net Present Value</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan UMKM Tahun 2019-2023.....	3
Gambar 1.2. Pertumbuhan UMKM di Berbagai Sektor.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
Gambar 4.1. Logo Kedai Eskulkul Bocil	37
Gambar 4.2. Kartu Pokok Wajib Pajak (NPWP)	39
Gambar 4.3. Kartu Tanda Penduduk (KTP).....	39
Gambar 4.4. Surat Keterangan Usaha Kedai Eskulkul Bocil.....	40
Gambar 4.5. Nomor Induk Berusaha Kedai Eskulkul Bocil	41
Gambar 4.6. Sertifikat Halal MUI Kedai Eskulkul Bocil	42
Gambar 4.7. Data Usia Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil	43
Gambar 4.8. Data Jenis Kelamin Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil.....	44
Gambar 4.9. Data Pekerjaan Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil.....	44
Gambar 4.10. Data Pendidikan Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil	45
Gambar 4.11. Data Penghasilan Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil	46
Gambar 4.12. Peta Kedai Eskulkul Bocil	48
Gambar 4.13. Alur Proses Poduksi di Kedai Eskulkul Bocil.....	50
Gambar 4.14. Tata Letak di Kedai Eskulkul Bocil.....	50
Gambar 4.15. Stuktur Organisasi Kedai Eskulkul Bocil.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	67
Lampiran 2. Gambar Produk Kedai Eskulkul Bocil.....	68
Lampiran 3. Kartu Bimbingan.....	69
Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian.....	70
Lampiran 5. Toko Kedai Eskulkul Bocil.....	71
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiarisme.....	72
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Usaha mikro kecil dan menengah yang sekarang lebih dikenal dengan UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain itu, UMKM berperan juga dalam mengurangi tingkat pengangguran karena menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat menengah ke bawah. Jadi, tidak heran apabila usaha UMKM semakin berkembang dikarenakan UMKM mampu bertahan disaat guncangan ekonomi. Perhatian pada sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara.

Perkembangan UMKM di Indonesia setiap tahun mengalami kenaikan. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh kementerian koperasi dan UMKM Republik Indonesia pada tahun 2023 berjumlah 8,71 juta unit usaha. Sedangkan, dalam pertumbuhan perekonomian peran UMKM sangat besar karena jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap pdb mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada. Salah satu tantangan yaitu *pandemic covid 19*, tidak sedikit UMKM yang omzetnya menurun semasa pandemi. Selain serangan pandemik, kebijakan pemerintah selama pandemi juga berdampak pada keberlangsungan UMKM. Dampak dari pandemi ialah mendorong *shifting* pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online. Hal ini menyebabkan perkembangan dunia bisnis berkembang sangat pesat setelah *pandemic covid 19*.

Usaha dapat dikatakan layak apabila telah memenuhi aspek-aspek yang menjadi dasar usaha antara lain aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek finansial. Studi kelayakan bisnis juga sangat pentingnya dan dibutuhkan oleh para pelaku usaha mikro maupun makro supaya usaha bertahan lama, mendapatkan keuntungan yang stabil dan membantu mengambil Keputusan bisnis. Pada studi kelayakan bisnis terdapat empat komponen yang harus dicermati dan dianalisis dengan seksama yaitu pemasaran,

produksi atau operasi, manajemen, dan keuangan yang mampu membuat usaha berkembang pesat.

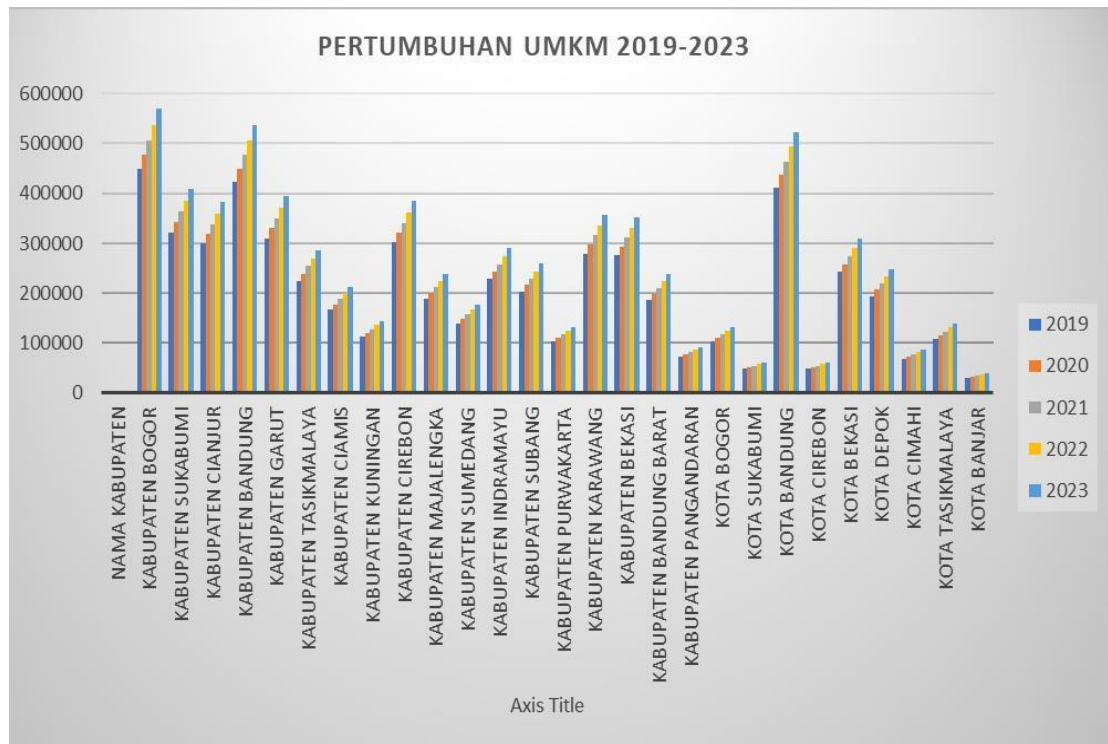
Kasmir dan Jaffar (2020:7), kegiatan yang disebut studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang digunakan untuk menyelidiki perusahaan atau bisnis secara mendalam untuk melihat apakah itu dapat dijalankan dengan sukses. Guna mengidentifikasi potensi masalah, studi kelayakan bisnis dilakukan. Dengan kata lain, studi kelayakan bisnis akan mempertimbangkan faktor-faktor yang akan menyulitkan untuk mengejar peluang investasi. Paling tidak, dapat memberikan pedoman atau instruksi kepada pelaku bisnis untuk pekerjaan yang akan dilakukan di masa depan dengan bantuan studi kelayakan. Kegiatan yang dikenal sebagai “Studi Kelayakan Bisnis” adalah kegiatan yang melakukan penelitian mendalam pada suatu proyek untuk melihat apakah layak untuk melaksanakannya. Untuk mendapatkan hasil maksimal dari penelitian, studi mendalam memerlukan penelitian mendalam tentang data dan informasi yang ada, serta mengukur dan menganalisis hasil menggunakan teknik tertentu.

Studi kelayakan bisnis atau usaha merupakan tentang layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus-menerus (Saebani, 2018:28). Adapun menurut Sugiyanto, et al (2020:7), studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Studi kelayakan menurut (Sulastri, 2016:7) mengatakan studi kelayakan pada umumnya dibagi menjadi dua kategori, tergantung pada arah yang diinginkan oleh perusahaan. Pertama, ada studi dengan focus orientasi laba yang menitikteratkan pada keuntungan ekonomis. Kedua, orientasi tidak pada laba mengacu pada penilaian apakah suatu proyek dapat dijalankan dan dilaksanakan tanpa mempertimbangkan nilai atau keuntungan ekonomis. Hal ini berarti penelitian yang dilakukan secara mendalam bertujuan untuk mengetahui apakah operasi bisnis yang sedang dijalankan akan menghasilkan manfaat keuangan dan non keuangan yang sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan.

Pelaku usaha di Jawa Barat didominasi oleh UMKM sebesar 98,49% (SE 2016, BPS) dan meningkat dari tahun ke tahun. UMKM merupakan pahlawan ekonomi nasional dan regional yang terbukti dalam kontribusinya terhadap perekonomian. Di provinsi Jawa Barat, UMKM berkontribusi sebesar 60% dari PDRB dan berperan

dalam kegiatan ekspor 14,17% dan investasi 58,18% (Kemenkop) dengan kuliner sebagai kategori usaha terbanyak. Upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan memajukan UMKM terlihat dari berbagai upaya yang telah dilakukan salah satunya memberikan binaan. Namun keterbatasan sumber daya membuat cakupan pelaku usaha yang mendapat binaan tidak lebih dari 1% dari total UMKM di Jawa Barat.

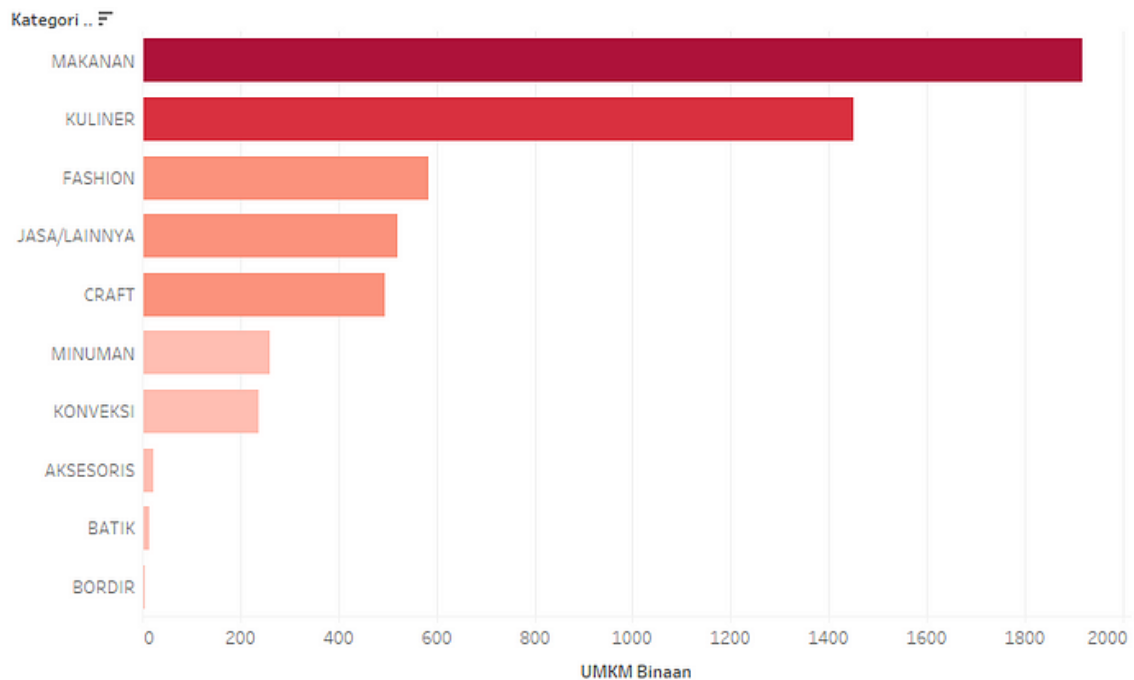


Gambar 1.1. Pertumbuhan UMKM Tahun 2019-2023
 Sumber: opendatajabar.go.id, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, menunjukkan bahwa pertumbuhan data UMKM setiap tahunnya meningkat di berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor menjadi kabupaten yang mempunyai pelaku usaha yang paling banyak yakni sekitar 500.000 pelaku UMKM, selanjutnya Kota Bandung dan Kabupaten Bandung yang mempunyai jumlah pelaku UMKM yang paling banyak. Sedangkan data terkecil ialah Kota Banjar yang mempunyai jumlah pelaku usaha paling sedikit di tahun 2019 hingga 2023.

Bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu sektor bisnis yang sedang mengalami banyak sekali penggemar, saat ini banyak para pemuda, ibu rumah tangga, ataupun kelompok yang berbondong-bondong untuk membangun sebuah bisnis makanan dan minuman, sehingga pertumbuhan industri kecil atau UMKM saat ini sedang meningkat, dapat dibuatkan oleh Kominfo saat ini Indonesia memiliki lebih dari 64 juta pelaku UMKM. Dunia bisnis semakin berkembang dan terus beradaptasi

dengan teknologi dan inovasi baru yang mengakibatkan tingkat persaingan usaha yang tinggi. Menghadapi situasi saat ini kualitas dan kelayakan suatu usaha sangat dipertanyakan dalam ranah persaingan usaha, semakin layak usaha tersebut maka potensi hambatan usaha tersebut semakin kecil dan persaingan semakin rendah.



Gambar 1.2 Pertumbuhan UMKM di Berbagai Sektor

Sumber : <https://diyouva.medium.com/>, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman mengalami banyak peningkatan yakni 2000 unit pelaku usaha mendominasi disektor makanan dan minuman, sedangkan untuk sektor dengan jumlah terkecil yakni di berada sektor. Ini membuktikan bahwa industri makanan dan minuman sebagai sektor strategis yang memiliki peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kedai Eskulkul Bocil merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Bogor dan bergerak dibidang makanan. Usaha ini merupakan sebuah kreasi baru dari modifikasi yang berbahan baku buah pisang segar yang dibekukan, kemudian dilumuri oleh saus coklat warna-warni dan ditaburi beberapa topping. Sehingga ini merupakan peluang besar untuk membangun sebuah bisnis dengan bahan baku yang mudah ditemukan dan memiliki nilai jual. Adapun manfaat dari buah pisang yaitu untuk memenuhi nutrisi atau kebutuhan vitamin dalam tubuh, melancarkan proses pencernaan dan membuat perut terasa kenyang lebih lama.

Olahan dari buah pisang ini mampu memberikan cita rasa dan nilai tambah tersendiri sehingga secara langsung menjadikan eskulkul ini produk yang bernilai ekonomi karena dapat dijual di pasaran. Semakin banyaknya peminat eskulkul menjadi sebuah peluang untuk membuka *offline store* pertamanya di Kampung Batu Kembar RT 01 RW 03, Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor dengan nama Kedai Eskulkul Bocil. Dengan dibukanya Kedai Eskulkul Bocil diharapkan juga dapat menjadi solusi untuk para peminat eskulkul yang ingin menyantapnya langsung di kedai. Kedai Eskulkul Bocil juga selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik agar para pembeli puas dengan pelayan dari Kedai Eskulkul Bocil, sehingga pembeli pun menjadi pelanggan tetap dan loyal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui dan menilai bisnis Kedai Eskulkul Bocil ini layak atau tidak untuk dilanjutkan, penulis tertarik dengan mengambil judul **“Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Produk Usaha Eskulkul (Studi Kasus UMKM Kedai Eskulkul Bocil).**

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut ini beberapa permasalahan yang muncul dan diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Kedai eskulkul bocil berada di dalam lokasi perkampungan sehingga terdapat kesulitan dalam menentukan harga yang sesuai unntuk kalangan masyarakat sekitar.
2. Jam operasional kedai eskulkul bocil tidak menentu.
3. Persaingan bisnis karena banyak penjual lain yang menjual eskulkul dengan harga yang lebih murah.
4. Lingkungan internal seperti desain dan promosi yang kurang menarik perhatian.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di kedai eskulkul bocil menunjukkan masalah yang cukup banyak. Guna mencegah pengembangan penelitian, maka penulis membatasi masalah agar pembahasan lebih terperinci dan jelas. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah pada studi kelayakan bisnis kedai eskulkul bocil hanya pada aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen/organisasi, aspek dampak lingkungan dan aspek keuangan yang

berdasarkan kriteria investasi terdiri dari *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI).

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan usaha Kedai Eskulkul Bocil dilihat dari Aspek non finansial yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen/organisasi dan aspek dampak lingkungan?
2. Bagaimana kelayakan usaha Kedai Eskulkul Bocil dilihat dari Aspek Finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI)?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis kelayakan usaha Kedai Eskulkul Bocil dilihat dari Aspek *nonfinansial* yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen/organisasi dan aspek dampak lingkungan.
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha Kedai Eskulkul Bocil dilihat dari aspek *finansial* berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI)

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan mengenai studi kelayakan bisnis
2. Penelitian ini diharapkan bisa menambah bahan referensi atau kepustakaan sehingga dapat menjadi acuan dalam menjalankan bisnis atau usaha sejenisnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengenai aspek-aspek apa saja yang harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika yang disajikan oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori sebelumnya yang menjadi acuan penelitian ini, penelitian terdahulu serta diikuti oleh kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data serta alat analisis yang digunakan penulis pada penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian negara maupun daerah. UMKM ialah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kegiatan perekonomian rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan dan kepemilikan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Asmin, et al, 2021:34).

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Secara umum tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri serta mempunyai daya saing tinggi dan berperan besar dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta bahan baku. modal untuk menghadapi persaingan bebas. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria bisnis kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Definisi UMKM menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dalam Aufer (2014:8) mengatakan bahwa Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut.

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

2.1.2. Studi Kelayakan Bisnis

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia usaha khususnya bagi pemilik usaha, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Bidang usaha yang digeluti dapat beragam, mulai dari perdagangan, industri, pariwisata, agrobisnis atau jasa-jasa lainnya. Umar dalam buku Studi Kelayakan Bisnis oleh Aldy, et al (2020:7) menjelaskan mengenai studi kelayakan bisnis sebagai suatu kegiatan identifikasi dan merencanakan serta memperdalam seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan maupun sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, dengan output berupa keputusan penentuan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan. Menurut Andriana dan Wirahadikusuma (2017:123), perusahaan saat ini dituntut agar memanfaatkan setiap peluang yang ada untuk bisa terus bersaing dengan usaha yang lain.

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020:07) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya menelaah secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian mengukur, menghitung, dan menganalisis hasil penelitian itu dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut. Studi kelayakan usaha atau bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial, ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan (Sulastri, 2016:7). Sedangkan Fahmi (2014:1) studi kelayakan bisnis adalah suatu kajian ilmu yang menilai pengerjaan suatu bisnis untuk dilihat layak atau tidak layak (*feasible or infeasible*) dilaksanakan dengan menempatkan ukuran-ukuran baik secara kualitatif dan kuantitatif yang akhirnya terangkum dalam sebuah rekomendasi.

Mengingat kondisi masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, maka diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam memulai suatu usaha, dimana dasar pertimbangan tersebut dapat diperoleh melalui kajian terhadap berbagai aspek mengenai kelayakan suatu usaha yang dijalankan, sehingga hasil kajian tersebut dapat diperoleh. digunakan untuk memutuskan apakah suatu proyek atau bisnis layak dilaksanakan atau harus ditunda atau bahkan dibatalkan. Hal di atas menunjukkan bahwa studi kelayakan akan melibatkan banyak tim dari berbagai ahli di bidang atau aspeknya masing-masing seperti ekonom, pengacara, psikolog, akuntan, insinyur teknologi dan lain-lain. Jadi tujuan diadakannya studi kelayakan bisnis adalah menghindari keterlanjutan modal terlalu tinggi untuk suatu kegiatan usaha yang ternyata tidak menguntungkan.

2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Terdapat lima tujuan mengapa sebelum usaha dijalankan perlu melakukan studi kelayakan bisnis, adapun tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghindari resiko kerugian

Rugi merupakan risiko yang mungkin terjadi dalam suatu bisnis. Risiko kerugian dimasa depan adalah kondisi ketidakpastian. Kerugian terkadang bisa diprediksi terjadi, namun ada juga yang datang secara alami dan tidak bisa diprediksi. Jadi analisis kelayakan ini berfungsi untuk mengurangi risiko-risiko yang tidak terduga, yang bisa atau tidak bisa dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

Ketika kita mampu memprediksi secara akurat yang akan berlangsung kedepannya, maka tentu akan lebih mudah bagi kita untuk merencanakan dan menentukan aspek masa depan apa yang perlu direncanakan. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu direncanakan:

- a. Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?
- b. Kapan perusahaan akan mulai beroperasi?
- c. Dimana Anda berencana untuk membangun lokasi perusahaan?
- d. Siapa semua yang akan menjadi bagian dari itu?
- e. Petunjuk tentang cara mengelola perusahaan
- f. Berapa banyak keuntungan yang ingin Anda hasilkan?
- g. Bagaimana cara mengatasi permasalahan

3. Mempermudah pelaksanaan pekerjaan

Merencanakan bisnis secara menyeluruh dan teratur tentu saja akan sangat membantu dalam menerapkan strategi tersebut. Pihak-pihak yang melaksanakan serta melaksanakan usaha tersebut sudah mempunyai pedoman sebagai acuan. Berbagai pedomannya itu sudah disusun sistematis mungkin hingga usaha yang dilakukan bisa dilaksanakan sesuai seperti yang direncanakan dan seperti telah harapan.

4. Memudahkan dari sisi pengawasan

Akan jauh lebih mudah bagi kita untuk melacak seberapa baik kinerja perusahaan kita jika dikelola sesuai dengan strategi yang dikembangkan sebelum dijalankan. Monitoring ini berfungsi untuk memastikan jalannya bisnis yang kita jalankan sesuai dengan rencana awal yang kita buat, sehingga tidak menyimpang dari apa yang dapat mengakibatkan kerugian bagi bisnis kita.

5. Memudahkan pengendalian

Pengendalian suatu usaha dilakukan setelah adanya pengawasan atau pemantauan. Pengendalian ini merupakan tindak lanjut dari hasil monitoring, dengan mengetahui apa yang terjadi di bisnis yang kita jalankan, kita harus mencari solusi. Pengendalian ini bertujuan untuk mengendalikan jalannya usaha supaya tidak ada penyimpangan, hingga tujuannya yang telah ditetapkan dapat tergapai secara maksimal.

2.1.4. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Analisis kelayakan bisnis juga memberikan beberapa manfaat bagi para pihak yang terkait dengan usaha yang dijalankan. Adapun beberapa manfaat analisis kelayakan bisnis menurut Purwana dan Hidayat (2018:12) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Finansial

Suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama secara financial bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijelankannya.

2. Manfaat Ekonomi

a. Penambahan jumlah barang dan jasa. Misalnya pendirian pabrik tertentu yang pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Ketersediaan barang dan jasa membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan. Hal ini dapat berdampak langsung pada harga yang cenderung turun dan meningkatkan kualitas barang sejenis.

- b. Peningkatan mutu produk Peningkatan barang dari usaha sejenis dapat memacu persaingan bisnis diantara pelaku bisnis. Persaingan ini secara tidak langsung membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menggunakan produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya.
 - c. Peningkatan devisa Studi kelayakan bisnis memberikan manfaat bagi negara khususnya pelaku bisnis yang berorientasi pada ekspor yaitu penambahan devisa.
 - d. Menghemat devisa Penghematan devisa ini terkait dengan ketergantungan terhadap impor barang dan jasa. Ini berarti pelaku bisnis yang dapat memproduksi barang di dalam negeri dapat menghambat dan bahkan menghindari barang impor. Hal ini secara tidak langsung tindakan tersebut dapat menghemat biaya.
3. Manfaat sosial
- a. Membuka peluang pekerjaan Usaha yang dilakukan pelaku bisnis jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Peluang pekerjaan ini memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut.
 - b. Tersedia sarana dan prasarana Bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. Manfaat yang dirasakan adalah seperti tersedianya sara dan prasarana seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, saran olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.
 - c. Membuka isolasi wilayah. Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.
 - d. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan. Ada upaya untuk menyediakan ruang pertemuan bagi pekerja dari berbagai suku dan daerah. Pertemuan tersebut berdampak pada meningkatnya persatuan. Selain itu, upaya ini juga berdampak pada pemerataan pembangunan di seluruh wilayah.

2.1.5. Lembaga-Lembaga Yang Membutuhkan Studi Kelayakan Bisnis

Adapun beberapa lembaga-lembaga yang membutuhkan studi kelayakan bisnis. Menurut Aldy et., al., (2017:9) beberapa pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. Investor

Apabila hasil Jika sudah dibuat studi kelayakan usaha, apakah layak atau tidak untuk direalisasikan, maka bisa dicari pendanaannya, misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya pada proyek yang akan dilaksanakan.

2. Kreditor

Salah satu sumber pendanaan usaha atau usaha juga bisa diperoleh dari perbankan. Bank akan mengkaji studi kelayakan usaha yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan aspek lain, misalnya bonafide dan ketersediaan agunan yang dimiliki perusahaan sebelum memutuskan apakah akan memberikan kredit atau tidak.

3. Pihak Manajemen

Perusahaan Pembuatan suatu studi kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh pihak eksternal perusahaan selain dibuat sendiri oleh pihak internal perusahaan. Terlepas dari siapa yang membuat jelas bagi manajemen bahwa pembuatan skripsi ini merupakan suatu upaya dalam rangka merelisasikan ide proyek yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan usaha.

4. Pemerintah dan Masyarakat

Studi kelayakan usaha yang disusun perlu memperhatikan kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah karena pemerintah dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.6. Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis

Tahapan dalam studi kelayakan bisnis ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaannya dan keakuratan dalam penilaiannya. Sebelum suatu studi dijalankan, maka perlu dilakukan beberapa tahapan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut.

1. Pengumpulan data dan informasi

Kumpulkan informasi dan data yang diperlukan harus lengkap. Ini termasuk mengumpulkan informasi kualitatif dan kuantitatif dari sumber data primer dan sekunder. Penyusunan statistik dan berbagai info dapat dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan, termasuk sumber resmi seperti Biro Pusat Statistik serta lain-lain.

2. Lakukan pengelolaan data

Tahap berikutnya, setelah informasi dan data yang diperlukan diperoleh, yakni melaksanakan pengelolaan data serta berbagai macam info. Pengelolaan data dilaksanakan dengan cara yang tepat dan akurat menggunakan prosedur dan pengukuran yang sering diperlukan pada suatu usaha. Pengelolaan ini dilaksanakan dengan cermat pada setiap hal, lalu dipastikan perhitungannya yang telah dihasilkan di masa lalu itu dikonfirmasi atau diperiksa ulang.

3. Analisis data

Hal berikutnya yang harus dilakukan adalah analisis data guna mengetahui ciri-ciri kelayakan dari setiap aspeknya. Ciri-ciri yang sudah terpenuhi persyaratannya secara layak akan menjadi dasar untuk menentukan menguntungkan atau tidaknya usaha tersebut. Kriteria kelayakan dinilai dari setiap aspek, dengan mempertimbangkan semua pertimbangan yang telah dibuat.

4. Membuat keputusan

Jika hasil pengukuran berdasarkan kriteria tertentu telah terkumpul, maka harus menarik kesimpulan berdasarkan hasilnya tadi. Hasil perhitungan sebelumnya digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan yang dibuat sesuai dengan yang telah yang ditentukan (seperti terpenuhi ataukah belum) didasarkan hasil kesimpulan dari perhitungan tadi. Apabila belum memenuhi kriterianya lebih baik membatalkannya dengan menjelaskan alasan pembatalannya.

5. Berikan rekomendasi

Tahap yang akhir yakni mempresentasikan berbagai pihak dengan rekomendasi atas laporan penelitian yang sudah dibuat. Saran dan perubahan juga dapat ditambahkan jika dianggap penting.

2.1.7. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis secara mendalam penting untuk dilaksanakan dalam berbagai bidang kelayakan bisnis agar memperoleh kesimpulan secara kuat apakah ide

perusahaan layak dijalankan atau tidak. Terdapat beberapa aspek kelayakan bisnis, antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan tempat dimana para pihak bertemu dan bertukar barang, layanan, dan informasi mereka untuk dipertimbangkan. Jual beli suatu barang antar pihak disebut dengan transaksi. Dua pihak yang terlibat dalam suatu pertukaran adalah pembeli dan penjual. Transaksi dapat dilanjutkan baik secara langsung maupun melalui perantara seperti agen atau lembaga. Pasar yang ada saat ini tidak terbatas pada lokasi fisik saja, namun memiliki cakupan yang luas, termasuk pasar media hingga pasar internet (*e-commerce*). Sedangkan Pemasaran adalah suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:43), pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Salah seorang ahli pemasaran, Stanton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya serta tingkah laku dalam pembeliannya. Dalam satu pasar saja bisa terdiri dari banyak sekali pembeli dengan berbagai karakteristik pembeli, misalnya keinginan terhadap suatu barang, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian, dan praktek-praktek pembeliannya. Dalam aspek pasar dan pemasaran ini akan tinjau apakah perusahaan memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Tentunya ada beberapa tahapan dan cara yang dilakukan peneliti dalam menganalisis aspek pasar dan pemasaran ini. Seperti dalam hal *segmentation*, *targeting*, *positioning* dan juga dalam hal *marketing mix*. Berikut ini adalah penjelasan lebih rincinya:

a. *Segmentation* (segmentasi pasar)

Segmentasi pasar berarti membagi pasar kedalam beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang

berbeda pula. Hal ini perlu dilakukan dikarenakan pasar yang sangat luas menyediakan pembeli yang memiliki keinginan yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang dapat menjadi peluang untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan pengelompokan segmentasi pasar ini, ada beberapa variabel yang harus diperhatikan. Hal ini bertujuan agar segmentasi tepat sasaran. Kesalahan dalam pemilihan variabel dapat menyebabkan gagalnya sasaran yang ingin dituju.

b. *Targetting* (Pasar sasaran)

Apabila segmentasi pasar telah dilakukan, hal selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran untuk mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar untuk dilayani. Kegiatan penetapan pasar sasaran meliputi:

1) Evaluasi segmen pasar

- a) Ukuran dan pertumbuhan segmen contohnya adalah data tentang penjualan terakhir dan proyeksi laju pertumbuhan.
- b) Struktural segmen yang menarik. Kurang menarik apabila terdapat pesaing yang kuat dan agresif.
- c) Sasaran dan sumber daya perusahaan, hal ini memperhatikan energi yang tersedia pada perusahaan.

2) Memilih segmen, pemilihan satu atau lebih segmen yang memungkinkan dan memiliki nilai tinggi bagi perusahaan.

c. *Positioning* (Posisi pasar)

Penentuan dalam posisi pasar adalah cara untuk menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau pasarnya. Kegiatan ini dapat dilakukan setelah segmentasi telah terpilih. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan dari produk yang akan kita tawarkan kedalam benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari:

- 1) Atas dasar atribut (besaran harga murah atau mahal).
- 2) Kesempatan penggunaan (kegunaan produk).
- 3) Menurut kelas penggunaan (bagi orang dewasa atau anak-anak).
- 4) Langsung menghadapi pesaing (produk unggulan nomor satu).
- 5) Kelas produk (jenis produk).

d. *Marketing mix* (bauran pemasaran)

Ketika membahas tentang pemasaran, kita tidak dapat lepas dari bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat

variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Variabel-variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok utama yang dikenal dengan 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*. Adapun berikut ini penjelasan lebih rincinya:

1) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang bisa dibawakan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan.

2) Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kombinasi dari periklanan, Personal Selling, dan alat promosi lainnya yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

4) Tempat (*Place*)

Distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat. Untuk dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah teknik pemasaran atau promosi dapat dilihat dari mampu menaikkan penjualan, menstabilkan penjualan, memperkenalkan produk kepada masyarakat, menonjolkan nilai produk dan lain-lain.

2. Aspek Hukum

Menurut Suliyanto dalam Tanaka dan Marlina (2017:747), mengatakan aspek hukum ini menjelaskan tentang aturan dan ketentuan hukum apa saja yang harus dipenuhi sebelum mendirikan sebuah usaha, agar bisnis yang dijalankan sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi persyaratan perizinan di wilayah usaha yang akan dibangun. Untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya di mulai pada aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukannya dari aspek lain. Mengenai aspek mana yang harus di mulai tergantung dari kesiapan data dan kesepian dari para penilai. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang di miliki. Jenis badan

hukum yang di Indonesia sangat beragam mulai dari perusahaan perseorangan firma sampai pada bentuk koperasi. Masing-masing badan hukum memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri. Kelebihan dan kelemahan dapat dilihat dari luasnya bidang usaha yang akan dijalankan, modal yang dimiliki, batas tanggung jawab dan kewajiban masing-masing pemilik, serta pembagian keuntungan masing-masing badan usaha. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:25) jenis-jenis hukum berdasarkan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya seorang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk hukum lainnya. Disamping itu, pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Kelebihan perusahaan jenis ini disamping pendiriannya mudah adalah tidak diperlukan organisasi yang besar, tetapi cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana. Pimpinan perusahaan perseorangan biasanya pemilik usaha tersebut yang sekaligus menjadi penanggung jawab terhadap segala aktivitas perusahaan, termasuk kewajiban terhadap pihak luar. Artinya, jika terjadi sesuatu terhadap kewajiban kepada pihak lain, misalnya dalam hal utang, maka sepenuhnya tanggung jawab pemilik sampai kepada harta pribadi.
- b. Firma (Fa) adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara. Pertama melalui akta resmi dan yang kedua akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi, maka proses selanjutnya harus sampai di berita negara. Namun jika memilih akta dibawah tangan proses itu tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak terlibat. Kepemimpinan firma berada sepenuhnya ditangan pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang. Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam firma.
- c. Perseroan Komoditer (*Commanditaire Vennotschap*) atau lebih sering disebut CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Dalam perseroan komanditer terdapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu yang bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan.

- d. Perseroan Terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Kelebihannya antara lain luasnya bidang usaha yang dimiliki, kewenangan, dan tanggung jawab yang dimiliki terbatas kepada modal yang disetor.

Dalam praktiknya terdapat bermacam-macam izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin tersebut tergantung pada jenis usaha apa yang akan dijalankan. Adapun beberapa izin yang dimaksud adalah:

- a. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Izin-izin Usaha, contohnya: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- d. Sertifikat Tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki.

3. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis akan meneliti mengenai lokasi usaha, perencanaan produksi yang meliputi bahan baku, bahan habis pakai dan alat mesin yang digunakan untuk menunjang keseluruhan proses produksi. Sedangkan teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis. Penelitian mengenai lokasi ini meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan bahan baku, tenaga kerja, akses jalan, kemudahan listrik, kebersihan sumber air, atau pertimbangan lainnya. Setelah ditelitinya pertimbangan tersebut, nantinya akan dipilih lokasi terbaik yang dapat mengoptimalkan kinerja dari perusahaan serta memaksimalkan laba yang akan didapat. Adapun beberapa pertimbangan dalam penentuan lokasi usaha, yaitu:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
- 3) Apakah dekat dengan bahan baku
- 4) Apakah tersedia tenaga kerja
- 5) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, air, listrik)

- 6) Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
- 7) Apakah dekat dengan lembaga keuangan
- 8) Apakah berada di kawasan industri
- 9) Kondisi adat istiadat/budaya/sikap masyarakat setempat
- 10) Hukum yang berlaku di wilayah setempat

4. Aspek Manajemen dan Organisasi

Hal yang dinilai pada aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Usaha yang dijalankan akan berhasil apabila ditangani oleh orang-orang yang profesional dalam bidangnya. Hal ini terkait mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi suatu penyimpangan yang tidak diinginkan. Struktur organisasi juga harus dibuat sesuai dengan tujuan usahanya. Aspek manajemen dan organisasi pengelola usaha serta struktur organisasi yang ada untuk dapat menjalankan setiap aktivitas usaha dengan menyesuaikan kemampuan dalam bidangnya masing-masing. Struktur organisasi serta peranan dari tiap bagiannya untuk dapat merencanakan dan melaksanakan sampai dengan mengendalikannya perusahaan, agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun beberapa hal yang harus ditentukan dalam aspek manajemen ini ialah sebagai berikut:

- a. Pembagian kerja (tugas) sesuai dengan kemampuan.

Tiap organisasi harus memiliki rincian aktifitas yang jelas, mempunyai tugas yang jelas dan beban tugas hendaknya adil.

- b. Mengkoordinasi setiap tugas masing-masing agar dapat mempertanggung jawabkan hasil yang diperoleh.

Suatu organisasi harus memiliki keselarasan antar aktivitas dan tanggung jawabnya masing-masing agar tidak terjadi kekembaran pekerjaan, kekosongan pekerjaan, dan perebutan sumber atau fasilitas.

- c. Pelimpahan wewenang.

Pelimpahan wewenang merupakan penyerahan sebagian hak untuk mengambil keputusan yang diperlukan agar tugas dan tanggung jawab dapat dilaksanakan dengan baik antara tiap bagiannya

5. Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah suatu kegiatan dalam penyusunan dokumen tentang analisis dampak lingkungan. Tujuan AMDAL mengidentifikasi komponen kegiatan yang diperkirakan menimbulkan dampak penting dan besar terhadap lingkungan. Aspek ini merupakan aspek yang dibutuhkan pada saat ini dikarenakan tiap usaha akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan, baik terhadap darat, air dan udara. Pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan manusia, Binatang dan tumbuhan disekitarnya. Sehingga aspek ini tidak dapat dikesampingkan dikarenakan menjaga kelestarian lingkungan adalah hal yang sangat penting. Adapun hal yang harus diperhatikan agar tidak terjadi kerusakan lingkungan dikarenakan oleh usaha yang kita jalankan, hal tersebut adalah: (Kasmir dan Jakfar 2009)

- A. Terhadap tanah dan kehutanan
- B. Terhadap air
- C. Terhadap udara
- D. Terhadap manusia

Tujuan dan sasaran AMDAL ialah kegiatan atau usaha tersebut layak dari aspek lingkungan hidup atau untuk menjamin suatu kegiatan atau usaha pembangunan dapat berlangsung secara berkelanjutan, tanpa mengorbankan atau merusak lingkungan. Pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan berpengaruh terhadap lingkungan sekitar apakah membawa dampak negatif dan positif terhadap Perusahaan. Analisa yang dilakukan terhadap aspek ini bermanfaat untuk mengidentifikasi kelayakan bisnis yang dijalankan sesuai dengan standar lingkungan hidup yang ada.

6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir dan Jakfar, 2020). Aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biayanya. Setelah itu menilai seberapa besar pendapatan yang akan didapatkan disaat usaha jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanam akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dinilai dengan penilaian investasi akan sangat menguntungkan. Metode penilaian yang nantinya akan

digunakan adalah *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, *profitability index*.

a. *Payback Period*

Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap periode pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Terdapat dua macam model perhitungan yang dapat digunakan, yaitu apabila kas bersih setiap tahun sama atau apabila kas setiap tahun berbeda. Dikarenakan pada penelitian ini kas setiap tahun berbeda, maka caranya adalah dengan menghitung investasi dikurangi dengan kas bersih tahun pertama, lalu hasilnya dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya. Hal ini terus dilakukan hingga hasil tidak dapat dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya.

b. *Net Present Value*

Net present value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama jenjang umur investasinya. Tingkat bunga pengembalian pun ditentukan oleh kebijakan perusahaannya.

c. *Internal Rate of Return*

Internal rate of return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern.

Adapun analisis aspek keuangan meliputi komponen-komponen adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dana, yaitu kebutuhan dana untuk operasional perusahaan
- b. Sumber dana, yaitu sumber dana internal dan modal eksternal.
- c. Proyeksi neraca, sangat penting untuk mengetahui kekayaan perusahaan.
- d. Proyeksi laba rugi, proyeksi laba rugi dari tahun ke tahun menggambarkan perkiraan laba atau rugi di masa yang akan datang.
- e. Proyeksi arus kas, dari arus kas dapat dilihat kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajiban keuangannya.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kegagalan Usaha

Setiap pelaku usaha yang menjalankan usahanya tidak menjamin 100% bahwa bisnis tersebut dapat berhasil. Ada beberapa hal yang menyebabkan usaha yang dijalani tersebut mengalami kegagalan. Resiko kerugian yang timbul dimasa yang akan datang disebabkan karena dimasa yang akan datang penuh dengan berbagai

ketidakpastian. Yang paling penting di sini untuk diperhatikan adalah memprediksi risiko yang bakal terjadi nantinya. Kegagalan ini dapat dimulai dari kesalahan pelaku usaha dalam melakukan perhitungan sampai ke faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha. Adapapun beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan usaha adalah sebagai berikut.

1. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap, sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian, dapat pula data yang disediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Karena itu, sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipertanggung jawabkan kebenaran datanya.

2. Tidak teliti

Kegagalan dapat pula disebabkan si penstudi (orang yang melakukan studi) kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melatih atau mencari tenaga yang benar – benar ahli di bidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

3. Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula diakibatkan si penstudi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu disikapi untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.

4. Pelaksanaan pekerjaan salah

Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Apabila para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek benar dan tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.

5. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah ada unsur-unsur yang terjadi yang tidak dapat kita kendalikan. Artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan baik dan tepat, namun dalam perjalanannya perubahan lingkungan pada akhirnya berdampak pada hasil penelitian dalam studi kelayakan

usaha. Perubahan lingkungan seperti perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat, atau akibat bencana alam.

6. Unsur sengaja

Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab. Atau para pelaksana dilapangan juga melakukan perbuatan yang tercela, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha.

2.2. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Meskipun ruang lingkup sama, tetapi objek penelitian dan metode penelitiannya berbeda. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut.

Sumiati (2023) melakukan penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneneng Snack”. Peneliti tersebut menggunakan analisis untuk menilai aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitiannya menunjukkan *Payback Period* bahwa nilai investasi akan kembali dalam waktu 1 Tahun 3 Bulan 14 Hari, perhitungan *Net Present Value* sebesar Rp. 36.141.377 bernilai positif, *Internal Rate of Return* sebesar 39% dinyatakan layak dan *Profitability Index* sebesar 25,59 dinyatakan layak.

Hidayat (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine WLT Coffe di Palangka Raya)”. Peneliti tersebut menggunakan analisis untuk menilai aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitiannya menunjukkan nilai NPV sebesar Rp 115.505.164, nilai PP selama 3 tahun 3 bulan, nilai PI sebesar 1,78, nilai IRR sebesar 36,60%, dan ARR sebesar sebesar 160%.

Ananda (2022) melakukan dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis *Thrift Shop* Susecond.id di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Menggunakan Metode *Cost Benefit Analysis*”. Peneliti tersebut menggunakan metode cost benefit analysis. Hasil penelitian menunjukkan nilai NPV sebesar 3% yaitu Rp. 100.493.122, nilai IRR sebesar Rp. 80.216.276, dan nilai BCR sebesar 1,08.

Isroni (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Produk Olahan Pangan Beku Siomay Pada UMKM Indomitra Cipta Pangan”. Peneliti tersebut menggunakan analisis secara non finansial dan non finansial. Hasil penelitiannya menunjukkan nilai payback period initial cash flow adalah 1 tahun 2 bulan 7 hari, nilai NPV sebesar Rp 884.600.301, nilai IRR sebesar 35,8%.

Rahmadani (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan”. Peneliti tersebut menggunakan analisis payback period (PP), net present value (NPV), internal rate of return (IRR), profitability index (PI). Hasil penelitiannya menunjukkan nilai payback period sebesar Rp 137.689.184, nilai profitability index (PI) sebesar 1,14% dan internal rate of return (IRR) sebesar 32%.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Sumiati (2023)	Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneneng Snack	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 1 Tahun 3 Bulan 14 Hari NPV = Rp. 36.141.377 IRR = 39% PI= 25,59
2.	Hidayat (2022)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine Wlt Coffe di Palangka Raya	Hasil penelitiannya menunjukan PP = 3 Tahun 3 Bulan NVP =Rp 115.505.164 IIR = 36,60% PI =1,78 ARR = 160%.
3.	Ananda (2022)	Analisis Kelayakan Bisnis Thrift Shop Susecond.Id Di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Menggunakan Metode Cost Benefit Analysis”	Hasil penelitian menunjukkan NPV = Rp 100.493.122 IRR = Rp 80.216.276 BCR = 1,08.
4.	Isroni (2022)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Produk Olahan Pangan Beku Siomay Pada UMKM	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 1 Tahun 2 Bulan 7 Hari NPV = Rp 884.600.301 IRR = 35,8%.

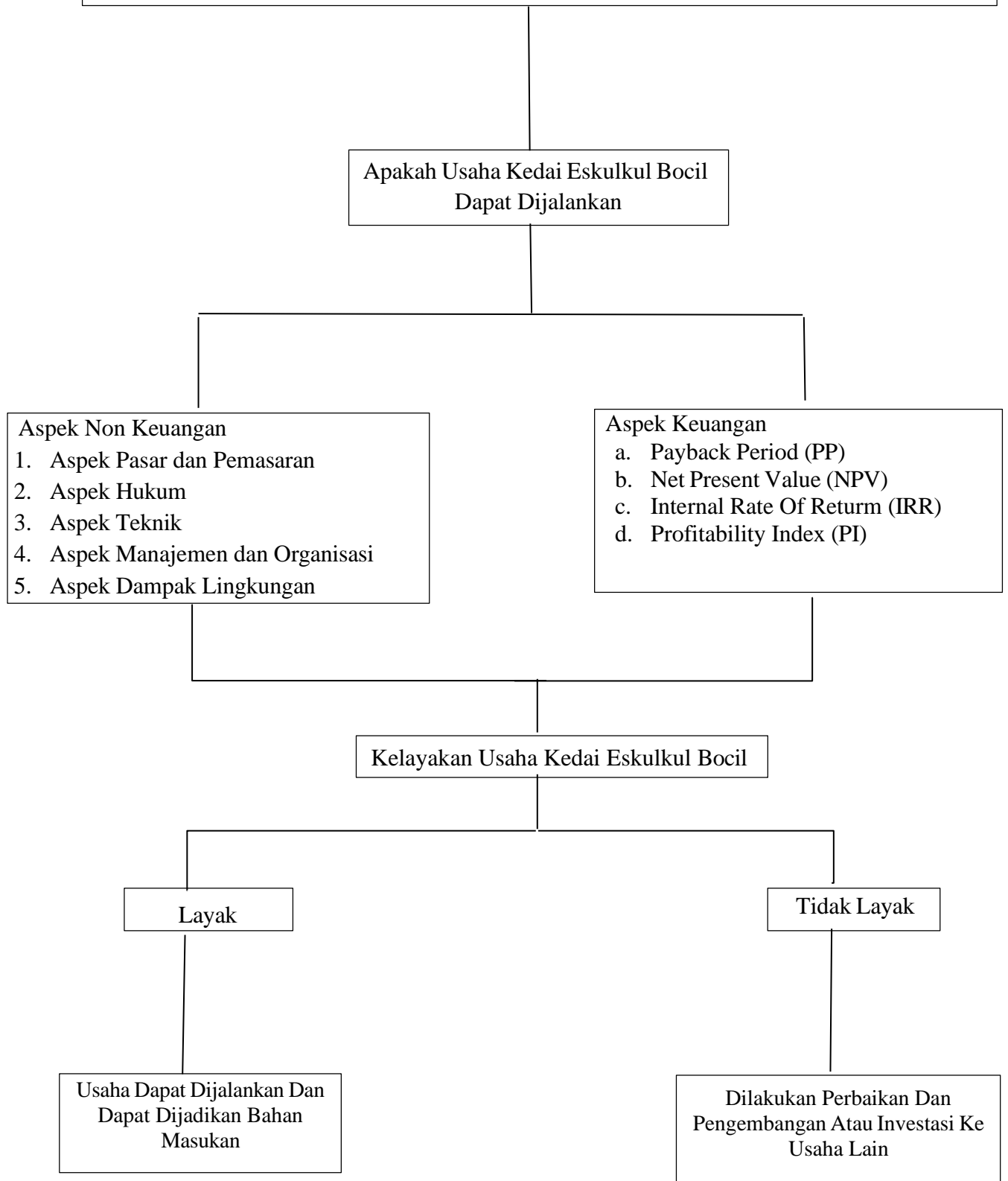
		Indomitra Cipta Pangan	
5.	Rahmadani (2019)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran, Dan Aspek Keuangan.	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 6 Bulan 19 Hari NPV = Rp 137.689.184, nilai PI = 1,14% IRR = 32%.

Sumber: Penulis, 2024

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019:95), sedangkan Suriasumantri dalam Sugiyono (2017:60), kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Berdasarkan pernyataan diatas, sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008
Studi Kelayakan Bisnis, Drs, H, Nasir Asman (2020)



Gambar 2.1.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Penulis, 2024

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini dilakukan di Kedai Eskulkul Bocil yang terletak di Jl. Cikereteg, RT 01/RW 03, Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16730. Penelitian ini berlangsung selama 5 (Lima) bulan yang diawali oleh kegiatan observasi lapangan pada bulan Maret 2024, dilanjutkan dengan pengajuan izin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan evaluasi.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■																
5	Pengolahan data									■	■	■													
6	Analisis dan evaluasi											■	■	■											
7	Penulisan laporan														■	■	■	■	■	■					
8	Seminar hasil																							■	

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan yang diperlukan (Sugiyono, 2019:2). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas social, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Sukmadinata, 2015:60). Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi yang lebih mendalam terhadap objek penelitian. Dalam prosesnya penelitian kualitatif eksploratif menggunakan pertanyaan terbuka dan dilengkapi dengan observasi.

3.3. Data Yang Diperlukan

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2019:194) sumber pengambilan data dibedakan menjadi dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data pokok yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti dan langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2019:194). Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang digunakan untuk menunjang data primer. Sumber data ini tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, harus melalui orang lain dan dokumen terlebih dahulu. Berdasarkan paparan di atas maka sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa bahan tertulis atau bahan perpustakaan, yakni buku, artikel, literatur, jurnal ilmiah, dan terbitan ilmiah yang membahas masalah yang relevan dengan penelitian ini (Sugiyono dalam Maharani, 2019:193).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2020:193-330) teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode wawancara dan observasi ketempat usaha secara langsung. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti. Pengamatan atau observasi merupakan aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk

melanjutkan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg dalam Sugiyono (2019:319) mengemukakan beberapa macam wawancara diantaranya yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Wawancara semi terstruktur termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta dan ide-idenya. Wawancara tak berstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2019:314). Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, Sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Adapun dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar dan sketsa.

3.5. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif terdiri dari aspek nonfinansial yaitu aspek pasar dan

pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen dan organisasi, aspek lingkungan. Sedangkan analisis kuantitatif terdiri dari aspek finansial yaitu terdiri dari *Pay Back Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Indeks* (PI).

3.5.1. Aspek pasar dan pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan rangkaian yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Pasar dan pemasaran saling ketergantungan dan saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga pasar akan selalu berdampingan oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk menciptakan pasar. Secara tradisional, pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang (Kotler dan Keller, 2018:8). Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Dalam aspek pasar dan pemasaran ini peneliti menggunakan metode STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) dan 4P (*product, price, place, dan promotion*).

3.5.2. Aspek Hukum

Aspek hukum membahas masalah kelengkapan dan kebenaran perusahaan, dari bentuk badan usaha hingga izin-izin yang dimiliki. Keaslian dan kelengkapan dokumen sangat penting karena menjadi landasan hukum yang harus dipatuhi jika terjadi suatu permasalahan. Data-data yang akan diperlukan antara lain:

1. Nomor pokok wajib pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak merupakan hal yang penting diteliti. Pengurusan NPWP juga dilakukan bersamaan dengan pengajuan akta notaris ke Departemen Kehakiman Pentingnya NPWP adar setiap usaha yang dijalankan nantinya akan memberikan penghasilan kepada pemerintah.

2. Bukti Diri

Kartu identitas diri para pemilik usaha yang dikeluarkan oleh kelurahan setempat yang dikenal dengan nama Kartu Tanda Penduduk (KTP).

3. Surat Keterangan Usaha

Surat keterangan usaha merupakan keterangan yang menjelaskan perizinan terkait dan salah satu dokumen penting administratif yang dikeluarkan pemerintah melalui kelurahan atau kecamatan di daerah tempat usaha.

3.5.3. Aspek Teknis

Aspek teknis dan teknologi membahas mengenai lokasi usaha, layout, teknologi yang digunakan, dan luas produksi. Data yang akan digunakan adalah data yang berkaitan dengan proyek bisnis pada aspek teknis dan teknologi. Data yang diperlukan antara lain:

1. Proses produksi

Daryanto (2021:14) mengatakan bahwa proses produksi Merupakan kegiatan operasional atau produksi secara singkat dapat dikatakan sebagai serangkaian kegiatan atau proses untuk mengubah input menjadi output.

2. Tata letak (layout)

Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi/operasi. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi (Kasmir dan Jakfar, 2020:157).

3.5.4. Aspek Manajemen Dan Organisasi

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menilai pengelola usaha dan struktur organisasi. Data yang digunakan dalam aspek manajemen adalah data yang berhubungan dengan perusahaan arang batok kelapa karbon aktif. Data-data tersebut adalah:

1. Struktur organisasi manajemen yang baik untuk proyek perusahaan
2. Deskripsi dan spesifikasi jabatan yang jelas
3. Jumlah pegawai yang dibutuhkan untuk proses produksi

3.5.5. Aspek Dampak Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum investasi atau usaha dijalankan untuk mengetahui dampak yang akan ditimbulkan dari usaha bisnis, baik dari dampak positif maupun negatif. Oleh karena itu, sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan makan sebaiknya dilakukan terlebih dahulu studi tentang dampak lingkungan yang bakal timbul, baik dampak seakarang maupun mendatang. Studi ini kita kenal dengan nama analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL).

Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan Masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya Lokasi disekitar Lokasi bisnis, timbulnya kerawanan social, timbulnya penyakit Masyarakat, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja diluar daerah.

Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberitahukan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut.

Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk :

1. Menganalisis kondisi lingkungan operasional
2. Menganalisis lingkungan industri
3. Menganalisis lingkungan ekonomi
4. Menganalisis dampak positif maupun negatif bisnis terhadap lingkungan
5. Menganalisis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negative bisnis terhadap lingkungan

Aspek dampak lingkungan mengukur dan membandingkan perubahan lingkungan masyarakat disekitar lokasi bisnis baik secara positif maupun negatif juga perlu dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu bisnis sesuai standar lingkungan. Aspek ini merupakan aspek yang dibutuhkan pada saat ini dikarenakan tiap usaha akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan, baik terhadap darat, air dan udara.

3.5.6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan menilai biaya yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biayanya, serta besar pendapatan yang akan diterima bila proyek dijalankan. Data yang akan digunakan adalah data yang berkaitan dengan proyek perusahaan yaitu jumlah investasi, penjualan, biaya peralatan, serta biaya operasional. Sumber data akan didapat dari wawancara dengan perusahaan yang berpengalaman di bidang yang serupa. Proyek perusahaan akan dinyatakan layak secara keuangan apabila:

1. *Payback Period (PP)*

Metode *payback period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap Jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini

dilihat dari perhitungan kas bersih (proceed) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri). Ada dua macam model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

- a. Apabila kas bersih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

- b. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda seperti kasus di atas, makanya dapat dicari sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Proses Tahun Berikutnya}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Guna menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi PP maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut: 1. PP sekarang lebih kecil dari umur investasi. Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis. 2. Sesuai dengan target Perusahaan.

2. *Net Present Value (NPV)*

NPV suatu proyek menunjukkan manfaat bersih yang diterima proyek selama umur proyek pada tingkat suku bunga tertentu. NPV juga dapat diartikan sebagai nilai sekarang dari arus kas yang ditimbulkan oleh investasi. Dalam menghitung NPV, perlu ditentukan tingkat suku bunga yang relevan. Rumusan yang biasa digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut :

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^N} - \text{Investasi}$$

r : rate / tingkat suku bunga

Kriteria kelayakan investasi berdasarkan NPV yaitu :

- NPV > 0, artinya proyek sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat dilaksanakan
- NPV < 0, artinya proyek tidak menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan. Dengan kata lain proyek tersebut merugikan dan sebaiknya tidak dilaksanakan.
- NPV = 0, artinya proyek mampu mengembalikan persis sebesar modal sosial opportunity cost faktor produksi normal, dengan kata lain proyek tersebut tidak untung dan tidak rugi.

3. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Metode IRR merupakan cara untuk menentukan spesifik rate of return dari cash flow suatu proyek selama masa investasi. Metode IRR dapat menggambarkan profitabilitas suatu investasi dalam presentase, dan apabila terdapat banyak ketidakpastian mengenai discount rate atau sangat sulit menentukan discount rate yang paling sesuai, maka IRR dapat dijadikan pedoman

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1)$$

Dimana:

i_1 = Tingkat Bunga 1

i_2 = Tingkat Bunga 2

NPV_1 = Net Present Value1

NPV_2 = Net Present Value2

Kriteria penilaian kelayakan investasi berdasarkan IRR adalah:

- a. Apabila $IRR >$ tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi layak
- b. Apabila $IRR <$ tingkat pengembalian yang diinginkan Profitability Index (PI), maka usulan investasi tidak layak.

4. *Profitability Index (PI)*

Profitability index merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai absolut dari suatu proyek, profitability indeks menjadi ukuran relatif yang diinginkan skripsi investasi.

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI adalah:

Jika $PI > 1$, maka investasi dikatakan layak.

Jika $PI < 1$, maka investasi dikatakan tidak layak.

Jika $PI = 1$, maka investasi dikatakan BEP

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Usaha/Bisnis

Kedai Eskulkul Bocil merupakan produsen es pisang coklat atau eskulkul yang berdiri sejak 22 November tahun 2017 dan juga merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Bogor dan bergerak dibidang makanan, usaha ini merupakan sebuah kreasi baru hasil dari modifikasi yang berbahan baku buah pisang segar yang dibekukan, kemudian dilumuri oleh saus coklat warna-warni dan ditaburi beberapa topping. Ide usaha ini berawal dari kecintaan pemiliknya terhadap es pisang coklat atau eskulkul sehingga ini merupakan peluang besar untuk membangun sebuah bisnis dengan bahan baku yang mudah ditemukan dan memiliki nilai jual. Kemudian usaha ini memiliki nama *brand* Eskulkul Bocil. Kata Bocil berasal dari nama panggilan pemiliknya yang seperti anak kecil kemudian di panggil Bocil.



Gambar 4.1 Logo Kedai Eskulkul Bocil

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

Tetap bertahan dan berhasil melewati masa pandemi Eskulkul Bocil terus melakukan inovasi produk dan perluasan saluran distribusi. Baik secara *online* maupun *offline*. Dan di tahun ke-3 tepatnya September Tahun 2020 untuk pertama kalinya Eskulkul Bocil membuka *offline* store nya di Kp. Batukembar RT 01 RW 03 Des. Ciderum Kec. Caringin Kab. Bogor dengan nama “Kedai Eskulkul Bocil” yang menjual Es Pisang coklat atau Eskulkul dengan berbagai macam rasa seperti Coklat, Vanilla, Greentea, Strawberry, Tiramisu, dan Taro. Selain itu, ada juga variasi topping

yang beraneka ragam seperti, Milo, Oreo, Keju, Marsmelow, Kacang, Chocochip dengan harga jual mulai dari Rp. 12.000/*pcs*.

4.1.2 Visi dan Misi Kedai Eskulkul Bocil

Adapun visi dan misi dari Kedai Eskulkul Bocil adalah sebagai berikut :

Visi

Menjadi produsen Eskulkul terbesar di Indonesia yang menyajikan es pisang coklat sehat dengan buah alami dan berkualitas yang disukai oleh semua kalangan.

Misi

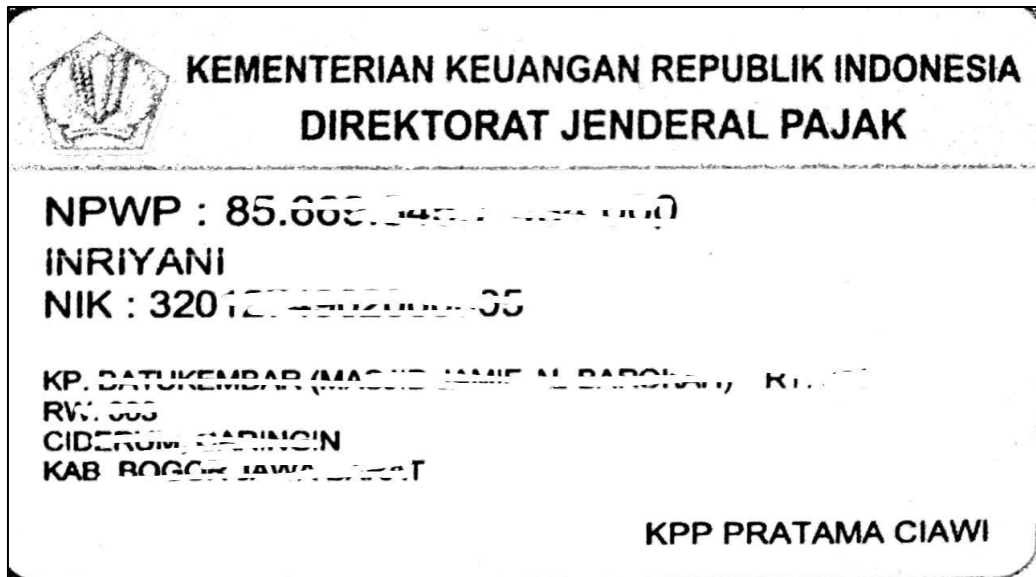
1. Mengenalkan es pisang coklat sehat dan berkualitas agar dikenal oleh seluruh masyarakat sehingga disukai oleh semua kalangan.
2. Menjadikan kualitas produk dan layanan terbaik sebagai prioritas utama dalam menyediakan makanan berintegritas pada pelanggan.

4.2. Aspek Hukum

Aspek hukum mengkaji tentang legalitas suatu usaha merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus disiapkan, karena menjadi salah satu pegangan dalam usaha untuk menghindari ancaman-ancaman yang mungkin akan terjadi. Kedai Eskulkul Bocil memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Bukti diri atau KTP, Surat Keterangan Usaha dari pemerintah setempat, Nomor Induk Berusaha dan Sertifikat Halal MUI.

1. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

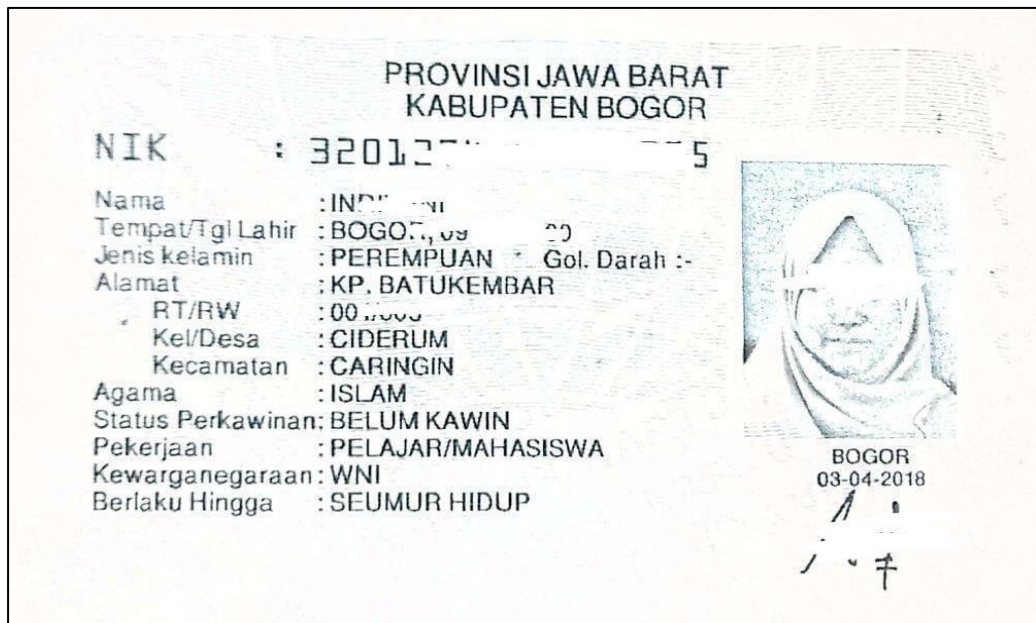


Gambar 4.2 Kartu Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

2. Bukti diri (KTP)

Kartu Tanda Penduduk atau KTP merupakan identitas resmi seorang penduduk sebagai bukti diri yang diterbitkan oleh instansi pelaksana yang berlaku diseluruh wilayah Negara Kesatuan republik Indonesia.



Gambar 4.3 Kartu Tanda Penduduk (KTP)

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

3. Surat Keterangan Usaha

Surat Keterangan Usaha merupakan Dokumen penting administratif yang dikeluarkan pemerintah melalui kelurahan atau kecamatan didaerah tempat usaha.

PEMERINTAH KABUPATEN BOGOR
KECAMATAN CARINGIN
KANTOR DESA CIDERUM
Alamat : Jl. Mayjen H.E. Sukma Km.13 Cikereteg 16730 Bogor

SURAT KETERANGAN USAHA
Nomor : 501 / 45 - Eknm/ 2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Ciderum Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor, dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : INRIYANI
Tempat/ tgl Lahir : Bogor, 09-02-2000
Jenis kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
A g a m a : Islam
Status Perkawinan : Belum Kawin
A l a m a t : Kp. Batu kembar Rt.001/003 Desa Ciderum
Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor.
NIK : 3201274902000005

Nama tersebut diatas adalah benar Memiliki Usaha:

Jenis Usaha : Kuliner (Makanan)
Lokasi Usaha : Kp. Batu kembar Rt.001/003 Desa Ciderum
Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di: CIDERUM
Tanggal : 15-09-2020
KEPALA DESA CIDERUM
BAMBANG IRAWAN

Gambar 4.4. Surat Keterangan Usaha Kedai Eskulkul Bocil

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

4. Nomor Induk Berusaha

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas izin usaha yang diterbitkan lembaga OSS. OSS berada dibawah Badan Koordinasi Penanaman Modal. NIB berfungsi sebagai Izin Usaha dan Izin Komersial atau Operasional sesuai dnagn bidang usahanya. Penomorannya NIB ini terdiri dari 13 digit angka yang merekam tanda tangan elektronik serta dilengkapi dengan pengamanan.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2008230053088

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	10532	Industri Pengolahan Es Sejenisnya Yang Dapat Dimakan (Bukan Es Batu dan Es Balok)	Kp Batukembar RT 01 RW 03 Desa Ciderum Kec. Caringin Kab. Bogor 16730, Desa/Keurahan Ciderum, Kec. Caringin, Kab. Bogor, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 16730 Usaha Mikro berjalan sejak: November 2017	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 4.5 Nomor Induk Berusaha Kedai Eskulkul Bocil
Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

5. Sertifikat Halal MUI

Sertifikat Halal merupakan suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam.



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)

جمهورية إندونيسيا

LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)

مرققة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number

ID32110011676860823

رقم الشهادة

Nama Pelaku Usaha
Name of Company

SITI ROSIDOH

اسم الشركة

Jenis Produk
Type of Product

Es untuk dimakan (edible ice) termasuk sherbet dan sorbet

نوع المنتج

Alamat Pabrik
Factory's Address

Eskulkul Kekinian (Eskulkulbocil)
KP BATUKEMBAR, DESA CIDERUM , KEC.
CARINGIN , KAB. BOGOR , RT/RW 01/03,
CIDERUM, CARIN kabupaten bogor 16730 Jawa barat

عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Es buah
2	Es buah
3	Es buah
4	Es buah

Hal: 1 / Total Produk: 4

Diterbitkan di Jakarta pada
Issued in Jakarta on

16 November 2023

أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Muhammad Aqil Irham

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSSN



Gambar 4.6 Sertifikat Halal MUI Kedai Eskulkul Bocil
Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

4.3. Aspek Pasar dan Pemasaran

4.3.1. Analisis STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*)

1. *Segmenting* (Segmentasi)

Segmentasi pasar yaitu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Adapun segmentasi pasar dari Kedai Eskulkul Bocil adalah:

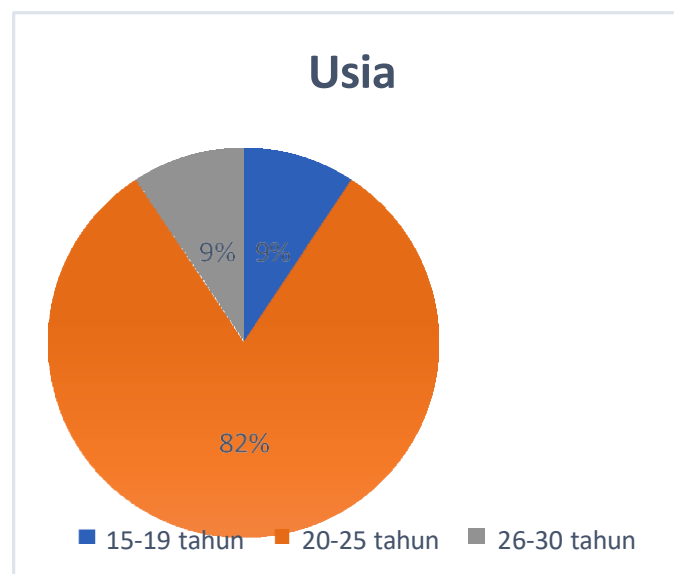
a. Segmentasi Berdasarkan Geografis

Berdasarkan analisa geografis segmentasi Kedai Eskulkul Bocil mencakup wilayah Caringin, Cigombong dan Ciawi area SMAN 1 Caringin, PT Tirta Fresindo Jaya, PT Kalbe, PT Honoris dan masyarakat sekitar kedai di Kp. Batukembar Caringin Bogor.

b. Segmentasi Berdasarkan Demografis

Segmentasi Kedai Eskulkul Bocil berdasarkan demografis yaitu berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan.

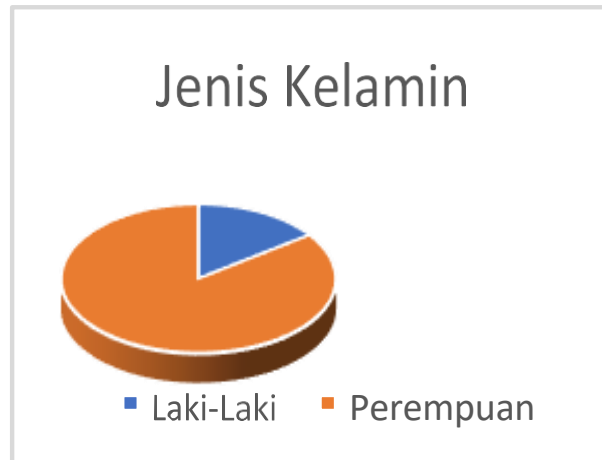
1. Berdasarkan data pada Kedai Eskulkul Bocil diketahui bahwa segmentasi berdasarkan Usia 15-30 tahun. Jika dilihat dari Usia, pelanggan Kedai Eskulkul Bocil lebih didominasi oleh rentang Usia 20-25 tahun dengan presentase 82% dan disusul oleh rentang usia 15-19 tahun sebesar 9% . Kemudian disusul oleh rentang usia 26-30 tahun dengan presentase 9%. Hal ini menunjukkan bahwa yang paling banyak melakukan pembelian adalah masyarakat dengan rentang usia yang bisa dikatakan masih muda.



Gambar 4.7. Data Usia Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil

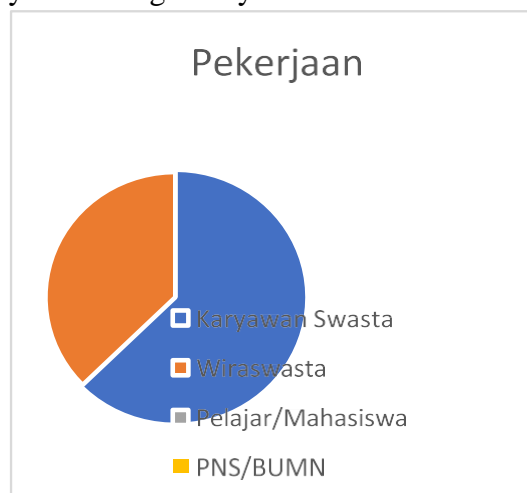
Sumber : Data Kedai Eskulkul Bocil

2. Berdasarkan data pada Kedai Eskulkul Bocil diketahui bahwa segmentasi berdasarkan jenis kelamin pelanggan Kedai Eskulkul Bocil lebih didominasi oleh perempuan yaitu dengan presentase 85,6% dibandingkan Laki-laki yang hanya sebesar 14.4%.



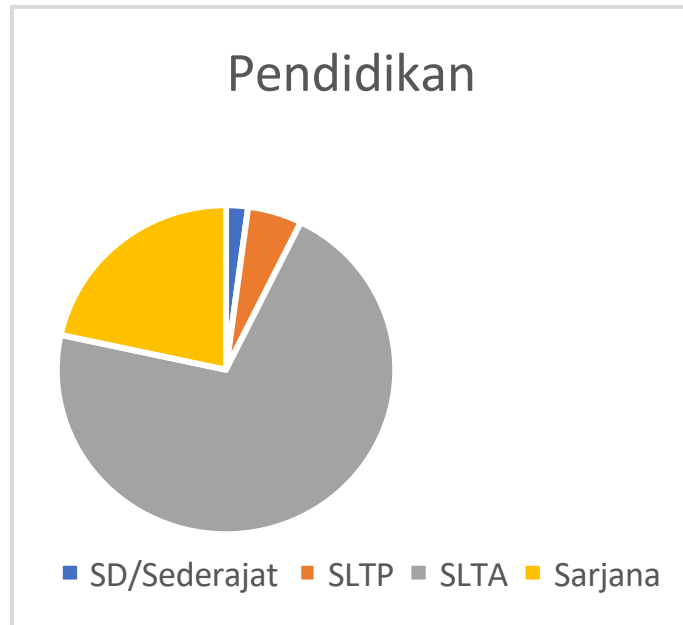
Gambar 4.8. Data Jenis Kelamin Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil
Sumber : Data Kedai Eskulkul Bocil

3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan
Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil banyak didominasi oleh karyawan swasta sebanyak 48,5% dan disusul oleh wiraswasta sebanyak 28,9% kemudian disusul oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 18,6 % lalu disusul oleh PNS/BUMN sebanyak 4,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Kedai Eskulkul Bocil adalah pelanggan dengan penghasilan tetap misalnya bulanan mengingat kebanyakan sebagai karyawan swasta.



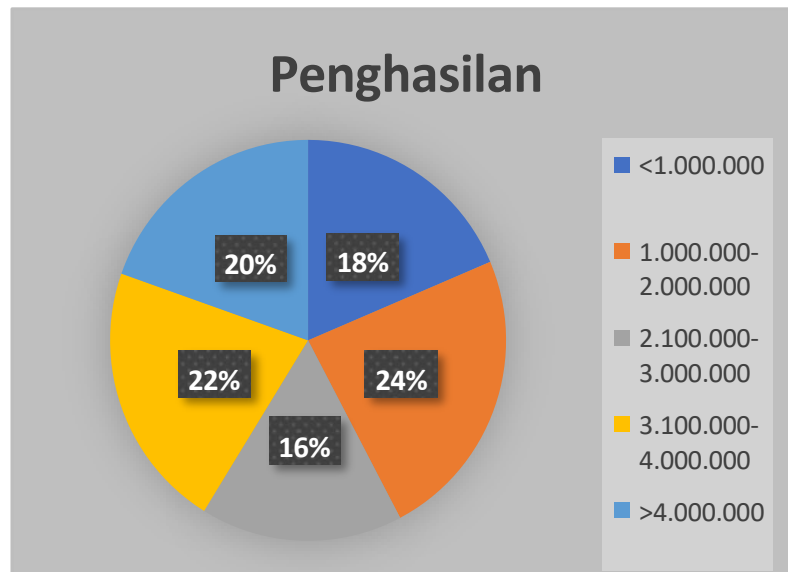
Gambar 4.9. Data Pekerjaan Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil
Sumber : Data Kedai Eskulkul Bocil

- c. Berdasarkan data Kedai Eskukul Bocil diketahui bahwa segmentasi berdsarkan tingkat pendidikan, pelanggan Kedai Eskukul Bocil lebih didominasi oleh lulusan SLTA yang jumlahnya mencapai 71,1% dan disusul pelanggan dengan tingkat pendidikan Sarjana sebesar 21,6%. Kemudian disusul oleh tingkat SLTP sebesar 5,2% dan SD sebesar 2,15%. Kondisi ini menunjukan bahwa dalam hal ini pendidikan masyarakat yang tinggal di Kabupaten Bogor masih banyak yang menempuh pendidikan terakhir hanya sampai jenjang SLTA/ sederajat.



Gambar 4.10. Data Pendidikan Pelanggan Kedai Eskukul Bocil
Sumber : Data Kedai Eskukul Bocil

- d. Berdasarkan data pada Kedai Eskukul Bocil diketahui bahwa jika dilihat dari penghasilan responden ternyata pelanggan Kedai Eskukul Bocil sebagian besar didominasi oleh pelanggan dengan penghasilan Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.000.000 dengan jumlah 23,7%, disusul oleh penghasilan Rp. 3.100.000 hingga Rp. 4.000.000 dengan jumlah 21,6% disusul lagi oleh penghasilan > Rp. 4.000.000 dengan jumlah 19,6%, kemudian disusul oleh penghasilan < Rp. 1.000.000 dengan jumlah 18,6% dan disusul oleh penghasilan Rp. 2.100.000 hingga Rp. 3.000.000 dengan jumlah 16,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Kedai Eskukul Bocil sebagian besar adalah masyarakat yang berpenghasilan Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.000.000.



Gambar 4.11 Data Penghasilan Pelanggan Kedai Eskulkul Bocil
Sumber: Data Kedai Eskulkul Bocil

e. Segmentasi Berdasarkan Psikografis

Segmentasi Kedai Eskulkul Bocil berdasarkan psikografis yaitu berdasarkan karakteristik kepribadian yang menyukai makanan manis dan menyukai buah pisang.

2. *Market Target* (Target Pasar)

a. Evaluasi Segmen

Berdasarkan hasil observasi di Kedai Eskulkul Bocil dan hasil wawancara karyawan Kedai Eskulkul Bocil, mendapati data bahwa konsumen atau pembeli di dominasi oleh Karyawan Swasta.

b. Memilih segmen

Segmen yang dipilih adalah segmen pekerja dengan pemasaran serba aneka yang menjual produk eskulkul berbagai macam varian rasa dan topping yang beragam dan bervariasi.

3. Posisi Pasar (*Market Positioning*)

Kedai Eskulkul Bocil sebagai produsen es pisang coklat tidak hanya menjual satu produk atau satu varian. Melainkan beberapa varian rasa dan topping yang beraneka ragam dengan harga yang cukup terjangkau. Hal ini memungkinkan pembeli memiliki alternatif atau pilihan ketika merasa bosan dengan satu varian yang sama. Berdasarkan hasil observasi di Kedai Eskulkul Bocil menunjukkan bahwa

varian rasa yang di beli pun beragam sehingga produk eskulkul bocil yang ditawarkan pun harus beragam. Selain itu, harga yang di tawarkan terjangkau dan kualitas produk eskulkul bocil pun sangat baik. Harga yang terjangkau ini menyesuaikan dengan target sasaran dari Kedai Eskulkul Bocil yaitu pekerja atau karyawan.

4.3.2. Analisis 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*)

Analisis 4P merupakan Prinsip pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya sehingga menjadi faktor keberhasilan pemasaran atau jasa. Unsur yang dipakai dalam penelitian Kedai Eskulkul Bocil dibidang pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

1. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atas kebutuhan Produk yang di tawarkan di Kedai Eskulkul Bocil berupa Es Pisang Coklat atau Eskulkul Kekinian dengan berbagai macam varian rasa dan topping. Adapun menu di Kedai Eskulkul Bocil ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1. Daftar Menu Produk Kedai Eskulkul Bocil

NO	VARIAN RASA	VARIAN TOPING
1	Coklat	Oreo
2	Greentea	Keju
3	Vanila	Kacang
4	Taro	Marsmelow
5	Tiramisu	Chochochips
6	Strawberry	Milo

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil (2024)

Berdasarkan menu produk Kedai Eskulkul Bocil tersebut, produk terlaris adalah varian Coklat dengan topping keju.

2. *Price* (Harga)

Penetapan harga yang dilakukan Kedai Eskulkul Bocil menggunakan metode *premium pricing* yaitu dengan menetapkan harga berdasarkan kualitas untuk memberikan kesan kepada konsumen. Adapun harga yang ditawarkan oleh Kedai Eskulkul Bocil mulai dari Rp. 12.000 sampai dengan Rp. 13.000/*pcs*.

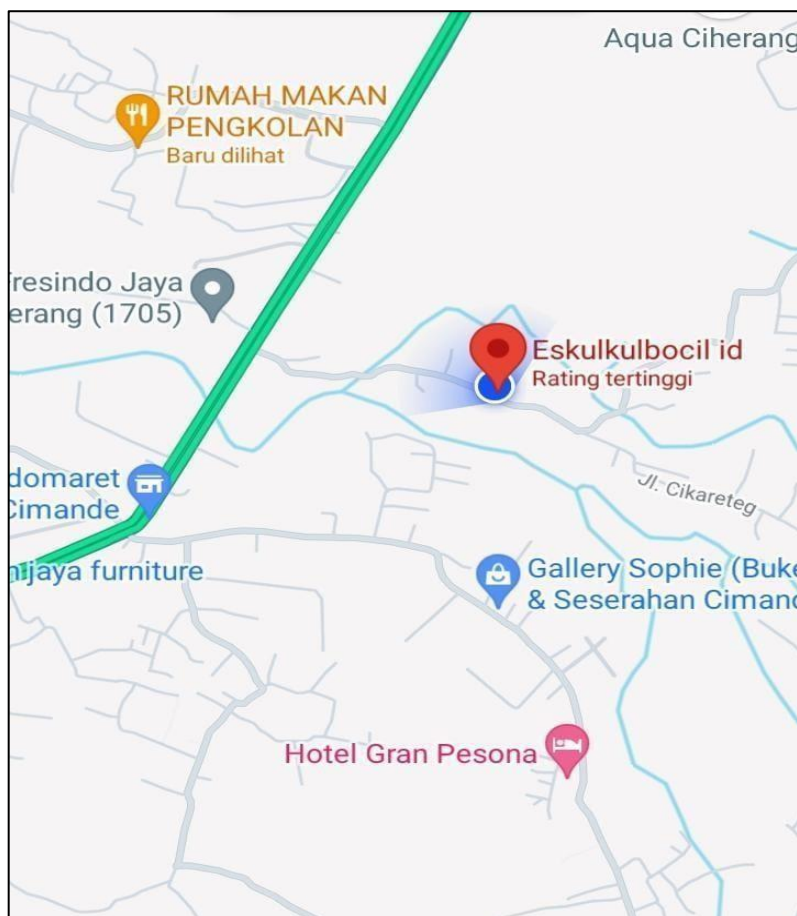
Tabel 4.2. Daftar Harga Produk Kedai Eskulkul Bocil

NO	NAMA VARIAN	HARGA
1	Coklat Keju	Rp. 12.000
2	Greentea Kacang	Rp. 12.000
3	Vanila Chococip	Rp. 12.000
4	Taro Marsmelow	Rp. 12.000
5	Tiramisu Oreo	Rp. 12.000
6	Coklat Oreo Keju	Rp. 13.000

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil (2024)

3. *Place* (Tempat)

Kedai Eskulkul Bocil menggunakan distribusi langsung dan juga secara tidak langsung (Online) untuk mendistribusikan produknya, dimana pelanggan atau konsumen dapat mendatangi langsung Kedai Eskulkul Bocil yang berada di Kp. Batukembar, Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, atau pun dapat memesan secara *online* di sosial media whatsapp, instagram dan tiktok dengan akun @eskulkulbocil_id yang nantinya produk akan dikirim melalui kurir atau sistem COD (*Cash On Delivery*).



Gambar 4.12 Peta Kedai Eskulkul Bocil

Sumber : Google Maps

Hal ini memudahkan konsumen untuk membeli produk Eskulkul Bocil. Untuk kemudahan lainnya, pembayaran juga dapat dilakukan secara *online* melalui transfer bank atau *e-wallet*. Harga penjualan *offline* dan *online* sama, yang membedakan adalah untuk pembelian secara *online* dikenakan biaya tambahan untuk biaya pengiriman sesuai jarak antara lokasi penjualan *offline* ke tempat pembeli. Lokasi Kedai Eskulkul Bocil berada di Kp. Batukembar RT 01 RW 03, Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor seperti pada gambar di atas.

4. *Promotion*

Untuk mempromosikan produk, Kedai Eskulkul Bocil melakukan promosi secara *online* dan *offline*. Beberapa promosi yang dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan secara personal dengan menawarkan produk secara langsung kepada konsumen atau calon pembeli.

b. *Endorsment*

Mengirimkan produk kepada *Influencer* di Instagram dan tiktok untuk di *review*. Salah satu *influencer* yang sudah *review* diantaranya akun Tiktok dan Instagram @ressarslyntyy_, @kulinersamacici @crisbomakanmakan dan lainnya.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh Kedai Eskulkul Bocil adalah sebagai berikut :

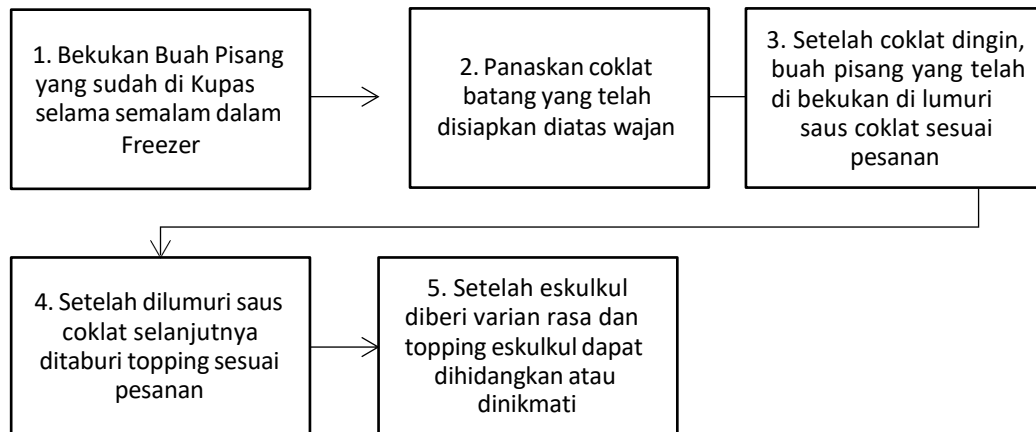
1. Memberikan 1 produk secara gratis untuk pembelian 10 pcs.
2. Mengadakan Give Away
3. Mengadakan Promo Jum'at Berkah

4.4. Aspek Teknis dan Produksi

4.4.1. Proses Produksi

Proses produksi adalah aliran proses produksi dari perencanaan bahan baku menjadi sebuah produk akhir (barang jadi) dalam suatu perusahaan. Aliran produksi ini dimaksud adalah urutan pekerjaan yang harus dilakukan dalam pelaksanaan produksi. Adapun proses produksi produk Kedai Eskulkul Bocil adalah proses

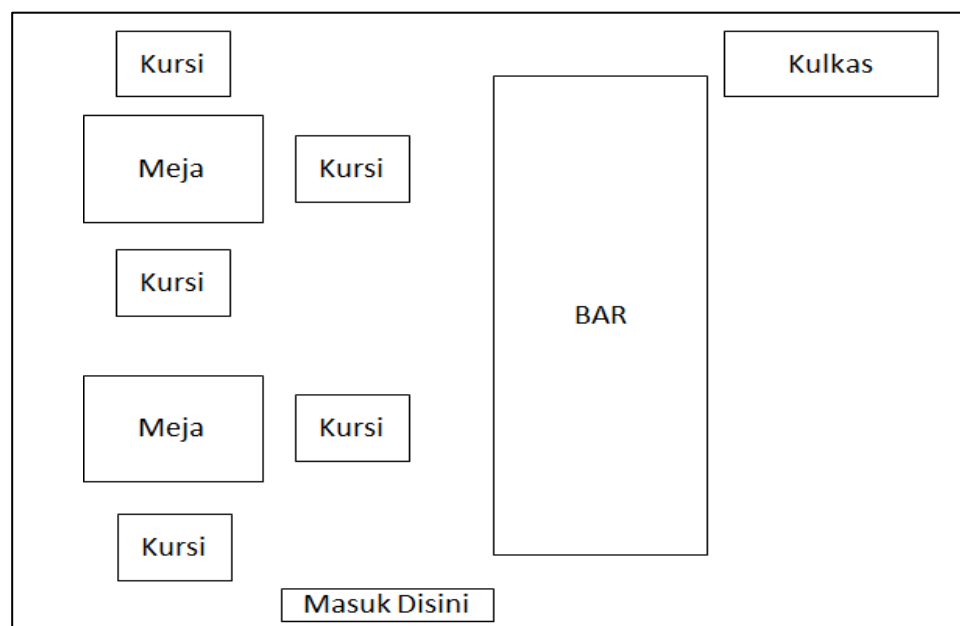
pembuatan Eskukul atau es pisang coklat. Adapun aliran proses produksi di Kedai Eskukul Bocil adalah sebagai berikut:



Gambar 4.13. Alur Proses Produksi di Kedai Eskukul Bocil
Sumber : Kedai Eskukul Bocil

4.4.2. Tata Letak (*Layout*)

Layout merupakan suatu proses dalam pentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produk/operasi. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi. Adapun tata letak tempat usaha yang memuat ruang diantaranya, meja, kursi, mini bar, freezer, dan penyimpanan bahan-bahan serta peralatan adalah 3 x 2 m². Meja dan kursi pembeli terletak didepan mini bar.



Gambar 4.14 Tata Letak di Kedai Eskukul Bocil
Sumber : Kedai Eskukul Bocil

4.5. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia dapat dijabarkan dalam fungsi manajerial yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dan fungsi operatif yang meliputi pengadaan, kompensasi, pengembangan, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja.

4.5.1 Analisis Jabatan

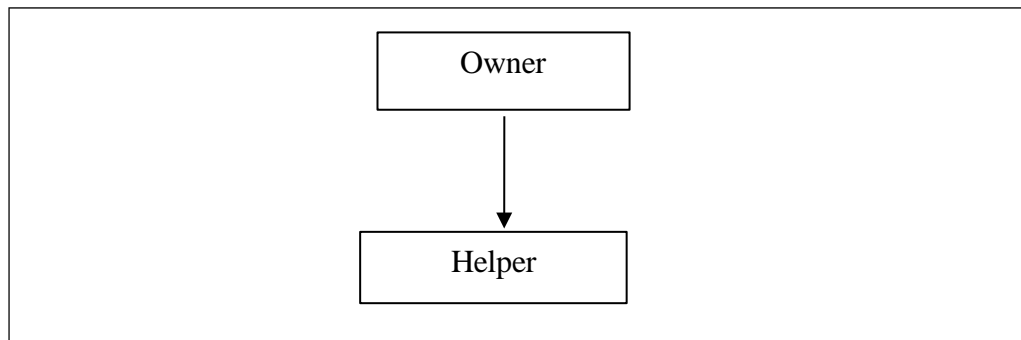
Adapun jabatan-jabatan yang ada di Kedai Eskulkul Bocil adalah *owner* dan bagian *helper*.

Table 4.3. Jabatan di Kedai Eskulkul Bocil

NO	NAMA JABATAN	JUMLAH
1	Owner	1
2	Helper	1

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil (2024)

1. Owner
 - a. Bertanggung Jawab untuk mengawasi dan mengendalikan jalannya usaha
 - b. Bertanggung jawab dalam bagian keuangan dan kebutuhan usaha secara keseluruhan
2. Helper
 - a. Membuat pesanan pelanggan
 - b. Menyajikan pesanan pelanggan
 - c. Membantu pengantaran pesanan *Delivery* kepada pelanggan



Gambar 4.15 Struktur Organisasi Kedai Eskulkul Bocil

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil

4.6 Aspek Dampak Lingkungan

Aspek ini merupakan suatu analisa dampak pada lingkungan hidup (alam), Dimana Perusahaan merupakan salah satu penyumbang produk yang dapat mengotori lingkungan atau tidak.

Usaha Kedai Eskulkul Bocil ini sangat berdampak positif terhadap lingkungan hidup khususnya yang berada di Lokasi usaha. Beberapa aspek lingkungan tersebut antara lain dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dampak terhadap kualitas udara

Usaha Kedai Eskulkul Bocil menggunakan lemari es atau kulkas untuk membekukan pisang dan gas untuk memanaskan coklat, dalam penggunaannya digunakan secara efisien atau tidak berlebihan karena dapat menghasilkan emisi gas rumah kaca.

2. Dampak terhadap kualitas air

Usaha Kedai Eskulkul Bocil menggunakan air secara efisien agar tidak menyebabkan pemborosan sumber daya air untuk berbagai keperluan mencuci bahan baku dan peralatan.

3. Dampak terhadap kualitas tanah

Usaha ini berpartisipasi dalam mendaur ulang, sisa bahan baku seperti kulit pisang yang berisiko mencemari tanah dan mengganggu ekosistem lokal dengan dijadikan sebagai pupuk tanaman.

4. Dampak terhadap sosial dan ekonomi

Usaha Kedai Eskulkul Bocil dapat menciptakan lapangan kerja baru, yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan sosial. Ketika masyarakat memiliki pekerjaan, mereka cenderung lebih peduli dan menjaga lingkungan tempat tinggalnya, yang pada akhirnya mendukung kelestarian lingkungan.

Hasil analisis terhadap aspek AMDAL ini menunjukkan bahwa produk Perusahaan tidak merusak lingkungan hidup, maka pengembangan layak untuk dilakukan.

4.7 Aspek Keuangan

Pada aspek ini akan membahas mengenai keuangan untuk mengetahui seberapa layak bisnis ini dijalankan. Beberapa hal yang akan diteliti yaitu *Payback*

Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitability Index (PI).

A. Biaya Investasi

Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai modal awal pada usaha yang akan dijalankan. Biaya investasi awal yang dibutuhkan dalam pendirian awal Kedai Eskulkul Bocil adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4. Modal Investasi Kedai Eskulkul Bocil

NO	JENIS	UNIT	HARGA	JUMLAH	UMUR EKONOMIS	DEPER /THN
	A	B	C	D = BxC	E	
1	Freezer	1	Rp.2.000.000	Rp.2.000.000	5	Rp. 400.000
2	Kompom	1	Rp. 350.000	Rp. 350.000	5	Rp. 70.000
3	Gas	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000	5	Rp. 30.000
4	Wajan	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000	3	Rp. 16.667
5	Baskom	6	Rp. 20.000	Rp. 120.000	5	Rp. 24.000
6	Sinduk	6	Rp. 5.000	Rp. 30.000	5	Rp. 6.000
7	Nampan	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000	3	Rp. 5.000
8	Toples Luminarc	3	Rp. 25.000	Rp. 75.000	5	Rp. 15.000
9	Gastronom food	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000	5	Rp. 40.000
10	Kotak penyimpanan	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000	3	Rp. 16.667
11	Pisau	12	Rp. 1.000	Rp. 12.000	1	Rp. 12.000
12	Gunting	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000	2	Rp. 7.500
13	Parutan Keju	2	Rp. 5.000	Rp. 10.000	1	Rp. 10.000
14	Garpu	12	Rp. 1.000	Rp. 12.000	1	Rp. 12.000
15	Mini Bar	1	Rp.2.000.000	Rp.2.000.000	5	Rp. 400.000
16	Kursi	6	Rp. 50.000	Rp. 300.000	5	Rp. 60.000
17	Meja	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000	5	Rp. 40.000
18	Piring	6	Rp. 6.000	Rp. 36.000	2	Rp. 18.000
19	Gelas	12	Rp. 2.000	Rp. 24.000	1	Rp. 24.000
TOTAL				Rp.5.649.000		Rp.1.206.833

Sumber : Kedai Eskulkul Bocil (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat jumlah Investasi Pada Modal Investasi Kedai Eskulkul Bocil senilai 5.649.000. Jumlah nilai deper/Tahun senilai 1.206.833.

B. Biaya Operasional

Tabel 4.5. Biaya Operasional 2020

No	Uraian	Satuan	Jumlah Kebutuhan Perbulan	Harga Satuan	Total Perbulan	Total Pertahun
A	BIAYA BAHAN BAKU					
1	Pisang Ambon	Buah	20	Rp20.000	Rp400.000	Rp4.800.000
2	Stik Ice Cream	Pack	200	Rp5	Rp1.000	Rp12.000
3	Vanila	Kg	4	Rp55.000	Rp220.000	Rp2.640.000
4	Tiramisu	Kg	4	Rp55.000	Rp220.000	Rp2.640.000
5	Greentea	Kg	4	Rp55.000	Rp220.000	Rp2.640.000
6	Strawberry	Kg	3	Rp55.000	Rp165.000	Rp1.980.000
7	Coklat	Kg	8	Rp55.000	Rp440.000	Rp5.280.000
8	Taro	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
9	Minyak	Kg	20	Rp15.000	Rp300.000	Rp3.600.000
10	Alumunium Foil	Pack	2	Rp14.000	Rp28.000	Rp336.000
11	Packaging	Pack	10	Rp32.000	Rp320.000	Rp3.840.000
12	Sticker	Pack	20	Rp3.500	Rp70.000	Rp840.000
13	Keju	Kg	2	Rp46.000	Rp92.000	Rp1.104.000
14	Kacang	Kg	1	Rp45.000	Rp45.000	Rp540.000
15	Oreo	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
16	Marsmellow	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
17	Milo	Pack	5	Rp17.000	Rp85.000	Rp1.020.000
18	Chocochips	Kg	2	Rp55.000	Rp110.000	Rp1.320.000
19	Gas	Tabung	2	Rp22.000	Rp44.000	Rp528.000
20	Kantong	Pack	5	Rp10.000	Rp50.000	Rp600.000
	Total Bahan Baku				Rp3.285.000	Rp39.420.000
B	BIAYA TENAGA KERJA					
1	Gaji Karyawan	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000	12 bulan	Rp12.000.000
2	Bensin	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
3	Listrik	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
4	Internet/Wifi	Rp130.000	1	Rp130.000	12 bulan	Rp1.560.000
5	Iklan	Rp300.000	1	Rp300.000	12 bulan	Rp3.600.000
	Total Biaya Tenaga Kerja			Rp1.830.000		Rp21.960.000
	Total Modal Kerja (A+B)					Rp61.380.000

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.6. Biaya Operasional 2021

No	Uraian	Satuan	Jumlah Kebutuhan Perbulan	Harga Satuan	Total Perbulan	Total Tahunan
A	BIAYA BAHAN BAKU					
1	Pisang Ambon	Buah	25	Rp20.000	Rp500.000	Rp6.000.000
2	Stik Ice Cream	Pack	400	Rp30	Rp12.000	Rp144.000
3	Vanila	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
4	Tiramisu	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
5	Greentea	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
6	Strawberry	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
7	Coklat	Kg	8	Rp55.000	Rp440.000	Rp5.280.000
8	Taro	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
9	Minyak	Kg	20	Rp15.000	Rp300.000	Rp3.600.000
10	Alumunium Foil	Pack	10	Rp14.000	Rp140.000	Rp1.680.000
11	Packaging	Pack	10	Rp32.000	Rp320.000	Rp3.840.000
12	Sticker	Pack	20	Rp3.500	Rp70.000	Rp840.000
13	Keju	Kg	5	Rp46.000	Rp230.000	Rp2.760.000
14	Kacang	Kg	3	Rp45.000	Rp135.000	Rp1.620.000
15	Oreo	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
16	Marsmellow	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
17	Milo	Pack	5	Rp17.000	Rp85.000	Rp1.020.000
18	Chocochips	Kg	2	Rp55.000	Rp110.000	Rp1.320.000
19	Gas	Tabung	2	Rp22.000	Rp44.000	Rp528.000
20	Kantong	Pack	8	Rp10.000	Rp80.000	Rp960.000
	Total Bahan Baku				Rp4.371.000	Rp52.452.000
B	BIAYA TENAGA KERJA					
1	Gaji Karyawan	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000	12 bulan	Rp12.000.000
2	Bensin	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
3	Listrik	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
4	Internet/Wifi	Rp130.000	1	Rp130.000	12 bulan	Rp1.560.000
5	Iklan	Rp300.000	1	Rp300.000	12 bulan	Rp3.600.000
	Total Biaya Tenaga Kerja				Rp1.830.000	Rp21.960.000
	Total Modal Kerja (A+B)					Rp74.412.000

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.7. Biaya Operasional 2022

No	Uraian	Satuan	Jumlah Kebutuhan Perbulan	Harga Satuan	Total Perbulan	Total Pertahun
A	BIAYA BAHAN BAKU					
1	Pisang Ambon	Buah	35	Rp20.000	Rp700.000	Rp8.400.000
2	Stik Ice Cream	Pack	600	Rp30	Rp18.000	Rp216.000
3	Vanila	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
4	Tiramisu	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
5	Greentea	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
6	Strawberry	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
7	Coklat	Kg	8	Rp55.000	Rp440.000	Rp5.280.000
8	Taro	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
9	Minyak	Kg	20	Rp15.000	Rp300.000	Rp3.600.000
10	Alumunium Foil	Pack	10	Rp14.000	Rp140.000	Rp1.680.000
11	Packaging	Pack	10	Rp32.000	Rp320.000	Rp3.840.000
12	Sticker	Pack	20	Rp3.500	Rp70.000	Rp840.000
13	Keju	Kg	5	Rp46.000	Rp230.000	Rp2.760.000
14	Kacang	Kg	3	Rp45.000	Rp135.000	Rp1.620.000
15	Oreo	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
16	Marsmelow	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
17	Milo	Pack	5	Rp17.000	Rp85.000	Rp1.020.000
18	Chocochips	Kg	2	Rp55.000	Rp110.000	Rp1.320.000
19	Gas	Tabung	2	Rp22.000	Rp44.000	Rp528.000
20	Kantong	Pack	8	Rp10.000	Rp80.000	Rp400.000
	Total Bahan Baku				Rp4.577.000	Rp54.364.000
B	BIAYA TENAGA KERJA					
1	Gaji Karyawan	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000	12 bulan	Rp12.000.000
2	Bensin	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
3	Listrik	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
4	Internet/Wifi	Rp130.000	1	Rp130.000	12 bulan	Rp1.560.000
5	Iklan	Rp300.000	1	Rp300.000	12 bulan	Rp3.600.000
	Total Biaya Tenaga Kerja				Rp1.830.000	Rp21.960.000
	Total Modal Kerja (A+B)					Rp76.324.000

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.8. Biaya Operasional 2023

No	Uraian	Satuan	Jumlah Kebutuhan Perbulan	Harga Satuan	Total Perbulan	Total Tahunan
A	BIAYA BAHAN BAKU					
1	Pisang Ambon	Buah	50	Rp20.000	Rp1.000.000	Rp12.000.000
2	Stik Ice Cream	Pack	1000	Rp30	Rp30.000	Rp360.000
3	Vanila	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
4	Tiramisu	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
5	Greentea	Kg	7	Rp55.000	Rp385.000	Rp4.620.000
6	Strawberry	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
7	Coklat	Kg	8	Rp55.000	Rp440.000	Rp5.280.000
8	Taro	Kg	5	Rp55.000	Rp275.000	Rp3.300.000
9	Minyak	Kg	20	Rp15.000	Rp300.000	Rp3.600.000
10	Alumunium Foil	Pack	10	Rp14.000	Rp140.000	Rp1.680.000
11	Packaging	Pack	10	Rp32.000	Rp320.000	Rp3.840.000
12	Sticker	Pack	20	Rp3.500	Rp70.000	Rp840.000
13	Keju	Kg	5	Rp46.000	Rp230.000	Rp2.760.000
14	Kacang	Kg	3	Rp45.000	Rp135.000	Rp1.620.000
15	Oreo	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
16	Marsmelow	Pack	10	Rp10.000	Rp100.000	Rp1.200.000
17	Milo	Pack	5	Rp17.000	Rp85.000	Rp1.020.000
18	Chocochips	Kg	2	Rp55.000	Rp110.000	Rp1.320.000
19	Gas	Tabung	2	Rp22.000	Rp44.000	Rp528.000
20	Kantong	Pack	8	Rp10.000	Rp80.000	Rp960.000
	Total Bahan Baku				Rp4.889.000	Rp58.668.000
B	BIAYA TENAGA KERJA					
1	Gaji Karyawan	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000	12 bulan	Rp12.000.000
2	Bensin	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
3	Listrik	Rp200.000	1	Rp200.000	12 bulan	Rp2.400.000
4	Internet/Wifi	Rp130.000	1	Rp130.000	12 bulan	Rp1.560.000
5	Iklan	Rp300.000	1	Rp300.000	12 bulan	Rp3.600.000
	Total Biaya Tenaga Kerja				Rp1.830.000	Rp21.960.000
	Total Modal Kerja (A+B)					Rp80.628.000

Sumber : Data Diolah (2024)

C. Arus Kas (*Cashflow*)

Cash Flow merupakan kas atau aliran kas yang ada diperusahaan dalam suatu periode tahunan

Tabel 4.9. Tabel Investasi dan Rencana Investasi

URAIAN	HARGA BELI	SUSUT PERTAHUN	PERIODE SUSUT
Biaya Perlengkapan Dapur	Rp 5.425.000	Rp 1.085.000	5
Biaya Peralatan Makan	Rp 115.000	Rp 38.334	3
Biaya Peralatan Masak	Rp 109.000	Rp 83.500	1
Jumlah	Rp 5.649.000	Rp 1.206.834	

SUMBER DANA	Rp
1. Modal Pribadi	Rp 67.029.000

SUMBER PEMBIAYAAN	INVESTASI	MODAL KERJA TAHUN PERTAMA	JUMLAH	%
Modal Sendiri	Rp 5.649.000	Rp 61.380.000	Rp 67.029.000	100%
Jumlah			Rp 67.029.000	100%

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.10. Kebutuhan Modal Kerja

Uraian	Periode (Bulan)	Unit	Rp/Unit	Jlh. RPPP
		(unit/bulan)		
A. Bahan Produksi	12			Rp39.420.000
B. Modal Investasi	12			Rp5.649.000
C. Biaya Operasional				
Gaji Karyawan	12	1	Rp1.000.000	Rp 12.000.000
Bensin	12	1	Rp200.000	Rp 2.400.000
Listrik	12	1	Rp200.000	Rp 2.400.000
Internet/Wifi	12	1	Rp130.000	Rp 1.560.000
Iklan	12	1	Rp300.000	Rp 3.600.000
Jumlah				Rp67.029.000
Modal Sendiri				Rp67.029.000

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah modal yang dibutuhkan untuk membangun sebuah usaha Kedai Eskulkul Bocil dalam satu tahun Rp. 67.029.000,-. Jumlah tersebut sudah termasuk gaji karyawan dan kebutuhan biaya lainnya.

4.6.1. Payback Period (PP)

Berikut perhitungan perhitungan *Payback Period* (PP) pada Kedai Eskulkul Bocil seperti terlihat di bawah ini:

Table 4.11. Arus Kas

Komponen	Tahun Periode				
	0	2020	2021	2022	2023
Kas Masuk					
Investasi	Rp 67.029.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Pendapatan	Rp -	Rp85.000.000	Rp106.000.000	Rp120.000.000	Rp143.000.000
Total Kas Masuk	Rp 67.029.000	Rp 85.000.000	Rp 106.000.000	Rp 120.000.000	Rp 143.000.000
Kas Keluar					
Pembelian Aktiva Tetap	Rp5.649.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Biaya Modal Kerja	Rp 39.420.000	Rp 39.420.000	Rp 52.452.000	Rp 54.364.000	Rp 58.668.000
Gaji Karyawan	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000
Bensin	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
Listrik	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
Internet/Wifi	Rp 1.560.000	Rp 1.560.000	Rp 1.560.000	Rp 1.560.000	Rp 1.560.000
Iklan	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000
Penyusutan	Rp -	Rp1.206.834	Rp1.206.834	Rp1.206.834	Rp1.206.834
Total Kas Keluar	Rp -	Rp 62.586.834	Rp 75.618.834	Rp 77.530.834	Rp 81.834.834
Surplus/Defisit	Rp -	Rp 22.413.166	Rp 30.381.166	Rp 42.469.166	Rp 61.165.166
Saldo Awal Kas	Rp -				
Saldo Akhir Kas	Rp -	Rp 22.413.166	Rp 52.794.332	Rp 95.263.498	Rp 156.428.664

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.12. Pendapatan Eskulkul Bocil

No	Tahun	Total Penjualan /Pemasukan	Pengeluaran	Laba
1	2020	Rp85.000.000	Rp 62.586.834	Rp22.413.166
2	2021	Rp106.000.000	Rp 75.618.834	Rp30.381.166
3	2022	Rp120.000.000	Rp 77.530.834	Rp42.469.166
4	2023	Rp143.000.000	Rp 81.834.834	Rp61.165.166

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 4.13. Cash Flow Selama Umur Ekonomis

No	Tahun	Laba	Penyusutan	Kas Bersih	DF 11%	PV Kas Bersih
1	2020	Rp22.413.166	Rp1.206.834	Rp23.620.000	0,901	Rp 21.279.279
2	2021	Rp30.381.166	Rp1.206.834	Rp31.588.000	0,812	Rp 25.637.529
3	2022	Rp42.469.166	Rp1.206.834	Rp43.676.000	0,731	Rp 31.935.515
4	2023	Rp61.165.166	Rp1.206.834	Rp62.372.000	0,659	Rp 41.086.368
Total PV Kas Bersih						Rp 119.938.692
Total PV Investasi						Rp5.649.000

Sumber : Data Diolah (2024)

Investasi Awal = Rp. 67.029.000

Kas Bersih Tahun 1 = Rp23.620.000 -
Rp. 43.409.000

Kas Bersih Tahun 2 = Rp31.588.000 -
= Rp. 11.821.000 X 12 Bulan
= Rp43.676.000

PP = 3,248 Dibulatkan menjadi 3 Bulan
 PP = 0,248 X 30 Hari = 7,44 Dibulatkan menjadi 7 hari
 PP = 2 Tahun 3 Bulan 7 Hari

Analisis kriteria investasi *Payback Period* ini dilakukan untuk melihat seberapa cepat pengembalian investasi terhadap modal usaha yang ditanamkan dapat kembali. Terlihat dari Tabel 4.11 diatas waktu pengembalian investasi pada usaha Eskulkul Bocil ini 2 Tahun 3 Bulan 7 Hari sehingga usaha tersebut dapat dikatakan layak karena < 5 Tahun.

4.6.2. Net Present Value (NPV)

Berikut perhitungan perhitungan *Net Present Value* (NPV) pada Kedai Eskulkul Bocil, yaitu:

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \frac{\text{Kas Bersih 3}}{(1+r)^3} + \frac{\text{Kas Bersih 4}}{(1+r)^4} - \text{Investasi}$$

$$NPV = \frac{Rp23.620.000}{(1+0,11)} + \frac{Rp31.588.000}{(1+0,11)^2} + \frac{Rp31.935.515}{(1+0,11)^3} + \frac{Rp62.372.000}{(1+0,11)^4} - Rp. 67.029.000$$

$$NPV = Rp21.279.279 + Rp25.637.529 + Rp. 38.340.751 + Rp41.086.368 - Rp. 67.029.000$$

$$NPV = Rp52.909.692$$

Nilai NPV usaha Eskulkul Bocil adalah sebesar Rp52.909.692 terlihat dari nilai NPV ini menunjukkan nilai positif berdasarkan pengurangan dari kas bersih dengan investasi. Berdasarkan kriteria investasi NPV usaha Eskulkul Bocil layak untuk dijalankan karena nilai NPV lebih besar dari nol.

4.6.3. Internal Rate of Return (IRR)

Metode IRR digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. Berikut perhitungan perhitungan Internal Rate Of Return (IRR) pada Eskulkul Bocil :

Tabel 4.14. Net Present Value

Tahun	Kas Bersih	Bunga 11%		Bunga 19%	
		DF	PV Kas Bersih	DF	PV Kas Bersih
1	Rp23.620.000	0,901	Rp 21.279.279	0,840	Rp 19.848.739
2	Rp31.588.000	0,812	Rp 25.637.529	0,593	Rp 18.744.819
3	Rp43.676.000	0,731	Rp 31.935.515	0,593	Rp 25.918.029
4	Rp62.372.000	0,659	Rp 41.086.368	0,499	Rp 31.102.967
Total PV Kas Bersih			Rp 119.938.692		Rp 95.614.555
Total PV Investasi			Rp 67.029.000		Rp 67.029.000
NPV		C1	Rp 52.909.692	C2	Rp 28.585.555

Sumber : Data Diolah (2024)

$$I_1 = 11 \%$$

$$I_2 = 19\%$$

$$NPV_1 = Rp52.909.692$$

$$NPV_2 = Rp28.585.555$$

$$IRR = I_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \cdot X (I_2 - I_1)$$

$$= 11 \% + \frac{Rp52.909.692}{Rp52.909.692 - Rp28.585.555} \times (19\% - 11\%)$$

$$= 11 \% + \frac{Rp52.909.692}{Rp24.324.137} \times 8\%$$

$$Rp24.324.137$$

$$= 11 \% + 0,17$$

$$= 11,17 \text{ Dibulatkan menjadi } 11\%$$

IRR merupakan salah satu kriteria yang sangat penting untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Tingkat IRR yang dicapai oleh usaha Kedai Eskulkul Bocil adalah 11%, sehingga usaha Eskulkul Bocil ini layak dijalankan.

4.6.4. Profitability Index (PI)

Berikut perhitungan perhitungan Profitability Index (PI) pada Eskulkul Bocil, yaitu:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

$$PI = \frac{Rp119.938.692}{Rp67.029.000}$$

$$PI = 1,78 = \text{Dibulatkan jadi } 2$$

Analisis ini dilakukan untuk melihat rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Nilai PI pada usaha Eskulkul Bocil ini adalah 2 kali. Nilai dari PI tersebut lebih dari satu sehingga usaha Eskulkul Bocil layak dijalankan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan evaluasi data yang telah dilakukan terhadap aspek *nonfinansial* dan aspek *finansial* dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada usaha Kedai Eskulkul Bocil dari aspek *non finansial* dan aspek *finansial* maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil analisis dari aspek *non finansial* yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek dampak lingkungan pada usaha Kedai Eskulkul Bocil dapat dikategorikan layak.
2. Berdasarkan hasil analisis aspek *finansial* usaha ini dapat dikategorikan layak. Hal ini terlihat dari hasil Payback Periode selama 2 Tahun 3 Bulan 7 Hari kurang dari 5 tahun, NPV bernilai positif yaitu sebesar Rp. 52.909.692, IRR sebesar 11,17% dan PI bernilai 2 sehingga usaha Eskulkul Bocil dapat dikategorikan layak.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran
Kedai Eskulkul Bocil sebaiknya memperhatikan strategi agar menarik pembeli agar menjadi *repeat order*.
2. Aspek Hukum
Kedai Eskulkul Bocil mendaftarkan legalitas usahanya berupa CV atau PT sebagai sarana perlindungan hukum sehingga memberikan keamanan dan kenyamanan dalam sarana menjalankan bisnis.
3. Aspek Keuangan
Memperhatikan alokasi keuangan dan *budgeting*, serta pencatatan pemasukan dan pengeluarn usaha Eskulkul Bocil agar lebih tertata dan dapat dimaksimalkan untuk pengembangan atau perluasan bisnis.

4. Aspek Teknis dan Produksi

Kedai Eskulkul Bocil sebaiknya lebih memperhatikan layout produk agar tertata rapi dan menarik konsumen.

5. Aspek Manajemen dan Sumber Daya

Kedai Eskulkul Bocil sebaiknya menambah sumber daya manusia agar dalam pelayanan menjadi efektif dan efisien.

6. Aspek Dampak Lingkungan

Kedai Eskulkul Bocil sebaiknya melakukan analisis terhadap dampak negatif lingkungan dari hasil produksi agar meminimalkan dampak negatif lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, B. A., & Daryanto, W. M. (2021). Financial performance analysis of food and beverage public listed companies for the three quarters before and after the Covid-19 pandemic in Indonesia. *South East Asia Journal of Contemporary*. ISSN 2289-1560
- Aldy, R, Purnomo Riawan, La Ode Sugianto. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Andriana, I. Wirahadikusuma. (2017). *Kelayakan Pasar dan Pemasaran pada Penjualan Produk Sprei dan Bedcover di Wilayah Batununggal*. No. 60 Vol.2. Halaman 123-130
- Aufar. (2014). *Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar*.
- Business, Economics and Law*, 24(2), 10–25. Fahmi, I (2014). *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*. (Ed. 1). Jakarta
- Fury S, E. (2023). *Jumlah Umkm Di Indonesia Sepanjang 2022, Provinsi Mana Terbanyak?*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-421-juta-industri-mikro-kecil-di-indonesia-di-wilayah-mana-terbanyak>
- Kasmir, & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir, dan Jakfar. (2020). *Edisi Revisi Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler & Keler. (2018). *Manajemen Pemasaran, edisi ketiga belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan Umkm Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- [Opendata.bogorkab.go.id](https://opendata.bogorkab.go.id). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2019-2023*. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/proyeksi-jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Purwana, D , dan Nurdin Hidayat. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pres, 2016. Halaman 118-129.
- Rizki G, Aga, Amin Ma'ruf, Arsah Nurul Zahroh, Malwan, Wiwit Widyawarap Sari, 2021. *Upaya Pengembangan UKM Dengan Memanfaatkan E-Commerce Tama Walet Pasar Kemis Kabupaten Tangerang, Banten*. *Adibrata Jurnal*. Vol:2, No:1. Halaman 48-55

- Sobana, H. D. H. (2018). Studi Kelayakan Bisnis (T. R. P. Setia (ed.); 1st ed.). CV Pustaka Setia.
- Sugiyanto, N, L., & Wenten, I. K. (2020). Studi kelayakan bisnis teknik untuk mengetahui bisnis dapat dijalankan atau tidak. In YPSIM Banten (Vol. 1).
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, L. 2016. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi 3. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama Timur: Mitra Wacana Media. Winantara, Yogi, Abu Bakar, dan Ratna Puspitaningsih. 2014.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.