



ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA PENGEMBANGAN UMKM USAHA TEMPE
KOBE PANDA

Oleh

Indah Ariffianti^{1*}, I Wayan Nuada²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

e-mail : ¹indahariffianti99@gmail.com, ²wayannuada@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis pada Usaha Tempe Kobe Panda dengan menggunakan aspek pemasaran dan aspek keuangan. Alat analisis aspek keuangan menggunakan analisis Payback Periode, Net Present Value dan Internal Rate of Return untuk mengetahui suatu usaha layak atau tidak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha tempe Kobe Panda layak dari aspek pemasaran dengan produk yang berkualitas tinggi, karena bahan baku yang di impor, harga yang terjangkau, sehingga seluruh kalangan masyarakat bisa membelinya, distribusi yang sudah cukup luas, dan promosi yang pemilik berikan cukup membuat para konsumen mengetahui produk yang dijualnya. Dan hasil analisis dari aspek keuangan menunjukkan Usaha tempe ini dikatakan layak dijalankan dengan umur proyek selama 10 tahun pada tingkat discount rate sebesar 10%. Analisis kriteria kelayakan menghasilkan Payback Period selama 8 bulan 2 minggu, nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp 154.490.500, nilai Internal Rate of Return 22%.

Kata Kunci: SKB; Aspek Pemasaran; Aspek Keuangan

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia yang saat ini tidak stabil selain disebabkan juga karena virus Covid-19 berdampak pada melonjaknya tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, baik itu yang di PHK ataupun pengangguran terdidik yang belum mendapat pekerjaan. Pemerintah dituntut untuk mendapatkan langkah yang cerdas dan solusi yang cepat dan tepat untuk mengatasi banyaknya pengangguran terdidik dan mengurangi angka kemiskinan. Indonesia saat ini membutuhkan eentrepreneur muda dan memperbanyak Usaha Kecil dan Menengah atau UMKM agar dapat menekan tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat, berbagai bentuk usaha bisa dijumpai dalam kehidupan sehari – hari. Berusaha atau berbisnis dapat menjadi peluang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan

kegiatan berbisnis dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki minat dan berniat untuk melakukannya. Pada saat sekarang ini, bila seseorang mampu melihat peluang untuk melakukan bisnis maka orang tersebut bisa berhasil dan maju karena bisnis yang ditekuninya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu unsur terpenting dalam perekonomian nasional di Indonesia. Di saat krisis ekonomi yang melanda, UMKM mampu bertahan karena usaha ini yang bergerak di sektor riil tidak terlalu terpengaruh di bandingkan dengan sektor moneter. Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga berperan dalam membantu program pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran dan dengan adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga banyak tercipta unit kerja baru yang menggunakan tenaga – tenaga kerja baru



yang mendukung pendapatan rumah tangga sekaligus dapat mengurangi tingkat kemiskinan.

Kobe Panda Monjok merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Gang Kebon Jeruk Monjok Culik Mataram Lombok. UMKM Kobe Panda ini berdiri sejak tahun 1998 dan bergerak dibidang produksi pengolahan kedelai menjadi bahan konsumsi yaitu tempe. Pemilik usaha UMKM Kobe Panda yaitu Bapak Ramadhan memproduksi setiap harinya 50kg kedelai yang nantinya diolah menjadi 500 bungkus tempe. Dan setiap harinya UMKM Kobe Panda memproduksi dengan jumlah yang sama. Produksi yang dilakukan setiap bulannya sama, tidak ada peningkatan yang signifikan. Hal tersebut menandakan adanya permasalahan yang dialami oleh UMKM ini, yang menyebabkan lambannya perkembangan pada UMKM Kobe Panda, dengan demikian perlu adanya penelitian untuk mengetahui tingkat kelayakan bisnis pada usaha Tempe Kobe Panda ditinjau dari aspek pemasaran dan aspek keuangan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Johan Suwinto [1] mengatakan studi kelayakan adalah mengkaji secara komperatif dan mendalam terhadap kelayakan suatu usaha. Usaha yang dikatakan layak atau tidak layak dijalankan dapat dilihat dari hasil perbandingan dari faktor ekonomi yang dialokasikan kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya atau pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut. Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar[2] studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan.

Kelayakann artinya penelitisn yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha

yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Sedangkan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan secara finansial. Namun dalam praktiknya Perusahaan nonprofit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis agar dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan.

Aspek Hukum

Bisnis seringkali mengalami kegagalan karena terbentur masalah hukum atau tidak memperoleh izin dari pemerintah setempat. Oleh karena itu, sebelum rencana bisnis dilaksanakan, analisis secara mendalam terhadap aspek hukum harus dilakukan agar dikemudian hari bisnis hukum yang dilaksanakan tidak gagal karena terbentur permasalahan hukum dan perizinan. Menurut Suliyanto[3], aspek hukum merupakan ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum akan menjalankan sebuah usaha. Tujuannya agar bisnis tersebut dapat sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi persyaratan perizinan di wilayah tersebut.

Aspek Organisasi

Dina Inayati[4], mengatakan proyek yang akan dijalankan dapat berhasil apabila proyek tersebut dijalankan oleh orang-orang yang profesional, yaitu mulai dari merencanakan, melaksanakan serta mengendalikan apabila terjadi penyimpangan. Dengan struktur organisasi yang harus sesuai dengan bentuk dan tujuan organisasi.

Aspek Teknis / Operasi

Menurut Kasmir & Jakfar [2] Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Jumingan [5] mengatakan yang diteliti dalam aspek ini yaitu mengenai lokasi usaha kantor pusat, kantor cabang, pabrik atau gudang. Kemudian



penentuan tata letak (*layout*) gudang, mesin, dan peralatan serta tata letak (*layout*) ruangan untuk usaha perluasan. Penelitian untuk menentukan lokasi memiliki berbagai pertimbangan yang harus dibuat agar tidak terjadi kesalahan

Aspek Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan aspek dasar yang diteliti dalam studi kelayakan. Analisis yang dilakukan pada aspek ini akan menjawab pertanyaan apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang pasar atau tidak. Menurut Kasmir & Jakfar [2] Pasar dan Pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki Tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Sedangkan Menurut Sunyoto [6], pemasaran adalah suatu system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan konsumen dan mencapai pasar sasaran serta tujuan Perusahaan.

Aspek Keuangan

Menurut Kasmir & Jakfar [2] Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan Perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan ada beberapa pengusaha menganggap justru hal-hal berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting diteliti kelayakannya. Dan menurut Fahmi [7] penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk membiayai apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan. Dari berbagai aspek penilaian dalam kelayakan bisnis, aspek keuangan sangat berpengaruh besar karena keputusan keuangan sangat pasti dan tidak bisa dilakukan dengan sembarangan dan

keuangan dapat berdampak jangka pendek maupun jangka panjang.

Definisi UMKM

Menurut Tulus Tambunan [8] Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Tujuan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan di jalan Terusan Bung Hatta Monjok Mataram.. Sumber data yang digunakan yaitu: data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain: observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik Analisis Data yang diterapkan dalam penelitian yaitu menggunakan analisis nonfinansial yang terdiri dari Aspek Pemasaran. Sedangkan Analisis Finansial yaitu Aspek Keuangan dengan perhitungan menggunakan metode *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*.

HASIL DAN PEMBEHASAN

Gambaran Umum Usaha Tempe Kobe Panda

Usaha Tempe Kobe Panda merupakan usaha rumah tangga yang dikelola sejak tahun 1998 hingga sekarang, yang berlokasi di jalan Terusan Bung Hatta Gang Kebon Monjok Mataram. Untuk memproduksi usahanya Bapak Ramadhan di bantu 2 orang karyawan, yaitu istri dan adiknya. Tempat usaha produksi tempe ini tidak terpisah dengan rumah tempat tinggal pemilik usaha. Setiap hari Bapak Ramadhan memproduksi 50kg kedelai yang diolah menjadi 500 bungkus tempe dengan



harga mulai dari Rp. 1.500 sampai dengan Rp.4.000

Aspek Pemasaran

a. Bentuk Pasar

Bentuk pasar produsen untuk Usaha Tempe Kobe Panda adalah pasar persaingan sempurna. Para konsumen yang dipilih adalah pasar penjualan melalui distributor dan penjualan langsung, karena Usaha Tempe Kobe Panda memiliki tempat produksi yang tetap untuk pemasaran produknya.

b. Analisis Persaingan

Sejauh ini persaingan antar pengusaha Tempe belum dirasakan menjadi kendala. Hal ini karena keterbatasan produksi Usaha Tempe di Monjok Mataram sehingga peluang pasar usaha ini bisa dikatakan masih besar. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pemilik Usaha Tempe Kobe Panda untuk memasarkan produknya sebagai berikut :

1. Produk

Usaha ini memproduksi kedelai menjadi bahan konsumsi yaitu tempe. Komposisi utama produk ini adalah kedelai dan ditambah ragi yang khusus untuk tempe. Strategi produk yang digunakan oleh pemilik agar para konsumen tidak kecewa adalah dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi, sehingga tidak merusak cita rasa yang dihasilkan dan cara pengolahan dalam produksi serta takaran yang sesuai agar rasa yang dihasilkan tidak buruk.

2. Harga

Dalam menentukan harga, pemilik tentu mempertimbangkan faktor besarnya biaya produksi, terutama biaya pengadaan bahan baku yang berkualitas impor. Harga yang ditetapkan pemilik yaitu ada 2 ukuran, untuk ukuran besar 1 bungkus seharga Rp. 4.000,- dan untuk ukuran kecil 1 bungkus Rp. 1.500,-.

Penentuan harga jual tersebut sudah diperhitungkan oleh pemilik dari biaya pengadaan bahan baku, upah tenaga kerja dan keuntungan yang ingin didapatkan. Dengan harga murah dan terjangkau untuk semua kalangan, usaha ini dapat dikatakan layak.

3. Distribusi

Saluran distribusi produk tempe dilakukan secara langsung dirumah produksinya dan berjualan di pasar hanya waktu tertentu saja yaitu 2 kali dalam seminggu dengan tujuan pasar Sweta dan menghabiskan 100 bungkus tempe. Dikatakan layak karena distribusi yang sudah cukup luas.

4. Promosi

Awal pendirian pemilik usaha hanya mengkonsumsi sendiri hal ini dikarenakan masih banyak orang yang tidak mengetahui keberadaan usaha tempe ini. Seiring berjalannya waktu pemilik memiliki niat untuk mengembangkan usahanya dan mulai menawarkan produknya di warung – warung yang ada disekitar rumahnya atau sering disebut dari mulut ke mulut. Kemudian pemilik juga berusaha menjual produknya dengan berjualan di pasar. Sampai akhirnya produk usaha tempe ini mulai dikenali banyak orang dan semakin banyak permintaan dari para konsumen.

Aspek Keuangan

1. Modal

Bapak Ramadhan dalam membuka usahanya menggunakan modal sendiri. Modal sendiri yaitu modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan.

Tabel 1. Total Modal Usaha Tempe Kobe Panda

Jenis	Jumlah (Rp)
Peralatan	23.175.000,00
Perlengkapan	525.000,00
Jumlah	23.700.000,00



Sumber: Data Hasil Penelitian

2. *Payback Period*

Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Adapun rumus untuk menentukan *Payback Period* adalah :

$$PP = \text{Investasi/Kas bersih} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = 23.700.000 / 29.000.000 \times 1$$

$$PP = 0,82$$

Berdasarkan perhitungan *payback period* dapat diketahui bahwa waktu pengembalian modal usaha tempe Kobe Panda adalah 8 bulan 2 minggu.

3. *Net Present Value*

Nilai *Net Present Value* Usaha Tempe Kobe Panda adalah sebesar :

- Kas Bersih₁ : Rp. 178.190.500,00
- Investasi : Rp. 23.700.000,00
-
- NPV₁ : Rp. 154.490.500,00

Sebagaimana dapat dijelaskan pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Perhitungan NPV Usaha Tempe Kobe Panda DF 10%

Tahun	Benefit (Rp)	DF 10%	Present Value
2014	29.000.000	0,9091	26.363.900
2015	29.000.000	0,8264	23.965.600
2016	29.000.000	0,7513	21.787.700
2017	29.000.000	0,6830	19.807.000
2018	29.000.000	0,6209	18.006.100
2019	29.000.000	0,5645	16.370.500
2020	29.000.000	0,5132	14.882.800
2021	29.000.000	0,4665	13.528.500
2022	29.000.000	0,4241	12.298.900
2023	29.000.000	0,3855	11.179.500

	0	
Jumlah		178.190.500
		0

Sumber : Data Hasil Penelitian

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah NPV dari Usaha Tempe Kobe Panda ini adalah Rp.154.490.500. Hasil ini membuktikan bahwa usaha tempe ini layak untuk dikembangkan.

4. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) adalah nilai *Discount Rate (i)* yang membuat NPV dari proyek yang sama menjadi nol. Perhitungan nilai *Internal Rate of Return (IRR)* tersebut dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Perhitungan IRR Usaha Tempe Kobe Panda DF 13%

Tahun	Benefit (Rp)	DF 13%	Present Value
2014	29.000.000	0,885	25.665.000
2015	29.000.000	0,783	22.709.900
2016	29.000.000	0,693	20.099.900
2017	29.000.000	0,613	17.785.700
2018	29.000.000	0,542	15.741.200
2019	29.000.000	0,480	13.928.700
2020	29.000.000	0,425	12.327.900
2021	29.000.000	0,376	10.909.800
2022	29.000.000	0,332	9.654.100
2023	29.000.000	0,294	8.543.400
Jumlah			157.365.600
			0



Nilai *Net Present Value* Usaha Tempe Kobe Panda adalah sebesar :

- Kas Bersih ₂	: Rp. 157.367.600,00
- Investasi	: Rp. 23.700.000,00

- NPV ₂	: Rp. 133.667.600,00

Dari tabel 2 dan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai NPV1 sebesar Rp.154.490.500,00 dan NPV2 sebesar Rp.133.667.600,00 maka nilai IRR dapat dihitung dengan rumus :

$$IRR = i_1 + NPV_1 / (NPV_1 - NPV_2) \times (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 0,10 + 154.490.500 / (154.490.500 - 133.667.600) \times (0,13 - 0,10)$$

$$IRR = 22\%$$

Jadi, besarnya nilai IRR yaitu 22% dan angka ini lebih besar dari tingkat suku bunga yaitu 10% yang berarti modal yang ditanamkan dalam usaha akan menguntungkan dimasa yang akan datang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan baik dari aspek pemasaran dan aspek keuangan, dapat ditarik kesimpulan mengenai kelayakan bisnis pada pengembangan UMKM Tempe Kobe Panda, yaitu :

1. Hasil analisis studi kelayakan bisnis Usaha Tempe Kobe Panda dari aspek pemasaran sebagai berikut : Aspek pemasaran menunjukkan usaha yang dilakukan oleh UMKM Tempe Kobe Panda cukup layak untuk dikembangkan dengan melihat perkembangan penjualan yang tetap meningkat.
2. Hasil analisis dari aspek keuangan menunjukkan UMKM Tempe Kobe Panda ini dikatakan layak dengan umur proyek selama 10 tahun pada tingkat *discount rate* sebesar 10%. Analisis kriteria

kelayakan menghasilkan *Payback Period*(PP) selama 8 bulan 2 minggu, nilai *Net Present Value*(NPV) sebesar Rp 154.490.500 dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 22%.

Saran

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi pihak terkait, khususnya bagi pelaku Usaha Tempe Kobe Panda, yaitu : untuk aspek pemasaran diharapkan Usaha Tempe Kobe Panda dapat lebih memperluas lagi pendistribusian hasil produksinya untuk memaksimalkan pendapatan dan untuk aspek keuangan diharapkan membuat rincian laporan keuangan, agar dapat mengetahui perkiraan pendapatan yang didapatkan dan pengeluaran yang akan dikeluarkan sehingga pemilik usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan akan mengalami keuntungan atau kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Johan Suwinto, 2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Kasmir dan Jakfar, 2020, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Jakarta: Prenadamedia Group
- [3] Suliyanto, 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta, Andi Offset.
- [4] Dina Nayati, 2009, "Manajemen Operasional Pamela Sswalaya Umbulharjo II Kota Yogyakarta", *Skripsi*, Surakarta: Fak. Dakwah UIN Sunan Kalikaga
- [5] Jumingan, 2011, *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan)*, Jakarta: Bumi Aksara
- [6] Sunyoto Danang, 2014, *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Sevice).
- [7] Fahmi, Irham, 2014, *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.



-
- [8] Tambunan, Tulus, 2012 *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN