

LAPORAN HIBAH PENELITIAN INTERNAL



ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA *HOME INDUSTRY* PENGOLAHAN DAN PENGEMASAN TAHU PADA UD DJAWA MANDIRI

Oleh:

Srikalimah, SE, MM
Umi Nadhiroh, SE.,MM
Rosyidatul Malikhah

NIDN : 0727058201
NIDN : 0703058405
NPM : 16130310302

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN (LPPM)

UNIVERSITAS ISLAM KADIRI

2020

DAFTAR ISI

ISI	HAL
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENESAHAN	ii
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	2
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	6
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	7
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	12
DAFTAR PUSTAKA	13

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pemerintah saat ini dalam mengatasi pengangguran terdidik serta mengurangi angka kemiskinan memiliki solusi dan cara yang cepat dan tepat dalam mengatasinya. *Entrepreneur* muda sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan geliat usaha, memperbanyak industri skala kecil maupun menengah yang profesional dan berkualitas sehingga dapat menekan seminim mungkin tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia.

Ketika terjadi krisis ekonomi, UKM dapat *survive* dengan usahanya yang bergerak di real sector tidak banyak terpengaruh dengan adanya krisis moneter. Dalam membantu pemerintah UMKM memiliki peran menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran, melalui UMKM pula tercipta unit-unit kerja baru dengan memanfaatkan tenaga-tenaga baru secara tidak langsung mendukung pendapatan rumah tangga. Disamping hal tersebut UMKM memiliki tingkat fleksibel dibandingkan dengan usaha yang memiliki kapasitas tinggi.

Industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan yaitu sektor pertanian salah satunya kedelai sebagai komoditi utama pengolahan tahu. Seperti yang telah kita ketahui, tahu kini telah menjadi salah satu makanan yang dapat diinovasikan dalam berbagai jenis makanan dan camilan. Tahu menjadi salah satu bahan pangan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat. Penggemar tahu mulai dari anak-anak hingga orang dewasa banyak yang menyukainya. Rasanya tahu sudah sangat akrab dengan lidah masyarakat kita. Selain dikenal enak dan lezat tahu juga memiliki banyak kandungan gizi dan nutrisi yang sangat bagus bagi tubuh. Mengonsumsi tahu akan mendapatkan manfaat yang baik bagi tubuh diantaranya adalah menurunkan kadar kolesterol, mengandung protein yang tinggi untuk proses pertumbuhan, mencegah anemia, mengandung zat besi yang bagus bagi tulang, menurunkan resiko kanker, menjaga kesehatan jantung dan masih banyak lainnya. Dengan banyak manfaat yang besar tersemat dalam kandungan tahu tak heran jika tahu sering dikonsumsi masyarakat Indonesia.

Tahu menjadi salah satu bahan makanan yang dapat diolah dalam berbagai masakan yang lezat dan camilan menggoda. Selain dikenal di Indonesia tahu juga telah lama dikenal selama berabad-abad sebagai salah satu bahan yang seringkali dihidangkan dalam masakan Cina dan Jepang. Di Jepang tahu dikenal sebagai nama tofu. Sekarang ini tahu semakin digemari masyarakat, meski sejak lama tahu muncul di tengah masyarakat tak membuat pula peminat tahu sepi. Permintaan tahu juga mengalami peningkatan yang sangat drastis sehingga tak jarang berbagai rumahan, warung, rumah makan, restoran serta café banyak yang menyajikan makanan serta

camilan dari berbahan tahu. Selain itu industri rumahan tahu dan olahan dari tahu juga semakin berkembang banyak.

Pendirian industri rumahan ini bertujuan untuk menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat dengan cara menghasilkan laba usaha. Untuk menarik investasi, pendirian *home industry* ini tentunya memerlukan suatu analisis kelayakan usaha untuk menentukan layak atau tidaknya industri tersebut dijalankan. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Usaha *Home Industry* Pengolahan dan Pengemasan Tahu pada UD Djawa Mandiri”.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, diantaranya:

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Subyek Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Dwiatmanto, 2015)	Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar)	Home Industry Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar	Aspek-aspek studi kelayakan bisnis pada Home Industry Cokelat “Cozy” menunjukkan bahwa usaha tersebut layak untuk dijalankan.
2	(Handjojo & Rizal Syarief, 2017)	Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (Vernonia amigdalina)	Usaha Teh Papua PT Pulau Seribu Farm, Bandung	Aspek non-keuangan menunjukkan bahwa usaha The Papua layak untuk dijalankan. Tetapi, dalam aspek keuangan usaha ini kurang layak untuk dijalankan

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian pada objek yang diteliti. Penelitian ini dilakukan pada usaha pengolahan dan pengemasan produk tahu. Sedangkan unsur yang diteliti adalah sama, yaitu dilihat dari aspek potensi pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen/organisasi, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan yang meliputi *Payback Period aspect*, *Average Rate of Return aspect*, *Net Present Value aspect*, dan *Profitability Index aspect*.

2. Landasan Teori

Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis (Dewi & Bambang, 2013) sangat dibutuhkan untuk melihat kelayakan suatu usaha yang akan dijalankan. Aspek-aspek kelayakan usaha diantaranya sebagai berikut:

1. Potensi Pasar dan Pemasaran

Aspek potensi pasar dan pemasaran adalah salah satu aspek penting yang harus diteliti dengan benar dalam melakukan suatu studi kelayakan. Pada aspek ini memiliki tujuan untuk mengetahui potensi pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang dan strategi pemasaran yang akan dilakukan (Jakfar, 2012). Analisis pasar ini berguna untuk mengetahui seberapa banyak permintaan barang/jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Sedangkan pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada dengan menciptakan kegiatan pertukaran yang saling menguntungkan. Kegiatan pemasaran tersebut antara lain perencanaan produk, melakukan promosi, kebijakan harga, distribusi, penjualan, pelayanan, pembuatan strategi pemasaran, dan penelitian pemasaran.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi dikenal juga sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan dalam aspek teknis dan teknologi ini meliputi penentuan lokasi usaha, jumlah produksi, proses produksi, dan pemilihan teknologi dalam proses produksi itu sendiri (Kamaluddin, 2004). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa analisis aspek produksi bertujuan guna menilai siap tidaknya perusahaan dalam menjalankan usahanya dalam hal produksi. Hal yang paling rumit dalam aspek produksi ini adalah penentuan lokasi usaha karena harus mempertimbangkan beberapa faktor antara lain apakah lokasi usaha dekat dengan bahan baku dan dekat dengan pasar atau konsumen.

3. Aspek Manajemen

Dalam menilai kelayakan suatu usaha atau bisnis, dukungan dari manajemen dan organisasi yang baik suatu usaha dapat meminimalisir tingkat kegagalan yang mungkin akan terjadi dan pencapaian tujuan perusahaan akan lebih cepat terlaksana dan terealisasi. “Aspek manajemen dan organisasi digunakan untuk meneliti kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut, kemudian

mencari bentuk struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan” (Jakfar, 2012)

4. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Perusahaan dikatakan berhasil jika dapat melakukan pengelolaan, pengembangan dan memberikan motivasi kepada karyawan yang potensial. Kunci keberhasilan SDM yang utama yaitu terletak dalam proses rekrutmen dan penyeleksian calon karyawan. Mencari karyawan yang berkualitas dan profesional tidaklah mudah. Berdasarkan kenyataan tingginya angka pengangguran sehingga pencari kerja banyak yang melamar kerja, sementara perusahaan banyak yang mengeluh SDM yang kurang memiliki kualitas bagus.

5. Aspek Keuangan/Finansial

(Sofyan, 2004) “analisis finansial merupakan kegiatan melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha.” Aspek finansial berasal dari sumber dan penggunaan dana, modal kerja yang dimiliki, pendapatan atas usaha, biaya usaha, dan aliran kas (*cash flow*).

Kriteria Penilaian Investasi

Untuk menentukan kelayakan suatu investasi atau usaha yang akan dijalankan dapat ditinjau dari aspek keuangan dengan diukur menggunakan berbagai macam kriteria. Kriteria disini berdasar pada kebutuhan perusahaan dan penerapan metode yang digunakan. Adapun kriteria yang biasanya dipakai antara lain:

1. Payback Period (PP)

Payback period (Jakfar, 2012) adalah metode guna menentukan berapa lama investasi akan kembali atau masa dimana periode yang digunakan untuk menutup pengeluaran yang dipakai untuk investasi (*initial cash investment*) dengan memakai aliran kas, dapat pula diartikan bahwa *payback period* adalah rasio antara *initial cash investment* dengan *cash flow*nya dengan hasil satuan waktu. Usulan investasi akan disetujui apabila *payback period*-nya lebih tinggi, cepat atau bahkan lebih pendek dari *payback period* yang disyaratkan oleh perusahaan. Perhitungan Payback Period menurut (Kamaluddin, 2004) dibagi menjadi dua, yang pertama untuk suatu proyek yang mempunyai pola cash flow sama dari tahun ke tahun dapat dilakukan dengan cara:

$$PP = \frac{\text{Total Investment}}{\text{Cash Flow per tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Perhitungan *Payback Period* dilakukan pada suatu proyek yang memiliki pola *cash flow* berbeda per tahun dengan menggunakan cara mengurangi total investasi dengan *cash flow*nya sehingga sampai didapat hasil jumlah investasi sama dengan *cash flow* pada tahun tertentu. Rumus perhitungan untuk menghitungnya sebagai berikut:

a. Apabila kas bersih setiap tahun tidak sama

$$PP = t - \frac{b-c}{d-c}$$

Keterangan:

t = tahun terakhir *cash inflow* belum menutupi nilai investasi

b = nilai investasi

c = kumulatif *cash inflow* pada tahun ke t

d = jumlah kumulatif *cash inflow* pada tahun $t + 1$

2. Average Rate of Return (ARR)

Average Rate of Return (ARR) merupakan alat guna mengukur rerata atas pengembalian bunga dengan membandingkan antara rerata laba setelah pajak (EAT) dengan rerata investasi. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$ARR = \frac{\text{Rata-rata EAT (Earning after tax)}}{\text{Rata-rata investasi}}$$

$$\text{Rata-rata EAT} = \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

$$\text{Rata-rata investasi} = \frac{\text{Investasi}}{2}$$

3. Net Present Value (NPV)

Pada umumnya terdapat anggapan yang menyatakan metode *net present value* adalah kriteria seleksi kuantitatif yang paling sering dipakai guna menilai kelayakan usulan suatu investasi. Tetapi terkadang perusahaan guna proses pembuatan keputusan investasi yang dipakai tidak hanya metode *net present value* namun juga memakai metode lainnya dengan bersama-sama. Data yang diperlukan untuk menghitung NPV yaitu total investasi yang telah dikeluarkan dan arus kas bersih setiap tahun berdasarkan umur ekonomis yang di dapat dari alat-alat yang dipakai produksi yang dipakai dalam menjalankan produksi. Jika *Net Present Value* (NPV) positif atau $NPV > 0$, maka usulan usaha yang direncanakan proyek investasinya dinyatakan layak, sedangkan jika NPV negatif atau $NPV < 0$ dinyatakan tidak layak. Tetapi bila $NPV = 0$ maka nilai perusahaan tetap meskipun usulan proyek ditolak atau diterima.

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

4. Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) merupakan suatu metode perhitungan perbandingan antara nilai *net cash flow* yang akan datang dengan investasi yang ada sekarang. PI dikatakan layak jika nilainya lebih besar dari 1, semakin besar nilai PI maka dapat dikatakan investasi semakin layak “Metode Profitability Index (PI) yaitu metode yang menghitung perbandingan antara present value dari penerimaan dengan present value dari investasi” (Sutrisno, 2009).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ kas bersih}}{\sum PV \text{ investasi}} \times 100\%$$

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada CV Cakra Surya Nusantara yang beralamatkan di Perumahan KBN, Jl. Anggraini Raya No. 3 RT/RW 005/002 Sukorame, Mojoroto, Kediri, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif karena metode penelitian ini menyajikan data yang lebih akurat, sederhana, dan lebih mudah dipahami. Aspek-aspek yang diteliti adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen/organisasi, aspek teknis/operasi, dan aspek keuangan yang meliputi *Payback Period* (PP), *Average rate of Return* (ARR), *Net Present Value* (NPV), dan *Profitability Index* (PI).

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara dan observasi di lapangan. Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen CV Cakra Surya Nusantara, Kediri dengan mengajukan berbagai pertanyaan mengenai aspek-aspek kelayakan usaha, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi dari berbagai literature, baik dari jurnal, buku, maupun artikel lain mengenai topik penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan tahu menjadi olahan stik tahu yang telah dilakukan adalah tahu yang telah melewati proses produksi dan dikemas dalam kemasan 100 gram dengan harga Rp 10.000: per kemasan. Proses produksi dan pengemasan dilakukan di UD Djawa Mandiri yang beralamatkan di Jalan Tinalan IV Barat No. 5, Tinalan, Kecamatan Pesantren, Kediri, Jawa Timur.

Kedelai yang telah dicuci bersih terlebih dahulu direndam dalam ember kurang lebih selama tiga jam, kemudian dibersihkan dengan cara dipisahkan dari kulitnya. Setelah itu, proses selanjutnya adalah penggilingan kedelai untuk kemudian kedelai direbus selama kurang lebih satu jam. Proses selanjutnya, kedelai yang telah direbus disaring untuk memisahkan sari dan ampasnya. Setelah itu, proses fermentasi dengan ditambahkan cuka secukupnya dan didiamkan selama 25 menit. Kemudian tahu siap dicetak dengan alat yang telah disiapkan. Selanjutnya, tahu dipotong dan dikemas dalam kemasan yang berisi 10 buah tahu. Proses selanjutnya adalah pemberian label dan segel untuk kemudian dapat langsung dipasarkan dan didistribusikan kepada konsumen. Tahu dibanderol dengan harga Rp 2.000; per biji.

Sedangkan pembuatan stik tahu dimulai dengan pemotongan tahu yang telah diproduksi sebelumnya, kemudian dijemur di bawah panas matahari atau jika tidak memungkinkan tahu bisa diopen. Setelah itu, tahu siap untuk digoreng untuk kemudian dikemas dan diberikan label hingga siap untuk dipasarkan. Dalam satu bulan, UD Djawa Mandiri dapat memproduksi dan menjual hingga 0,5 ton stik tahu.

Analisis Pasar dan Pemasaran

1. Permintaan Pasar

Permintaan produk tahu mengalami fluktuasi di setiap bulannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah munculnya para pelaku usaha baru dengan hasil produksi yang sama. Selain itu, musim liburan juga mempengaruhi jumlah permintaan tahu dan stik tahu. Ketika musim liburan, permintaan kedua produk tersebut akan naik, khususnya produk stik tahu. Biasanya, konsumen membeli stik tahu untuk camilan dan oleh-oleh liburan.

2. Pangsa Pasar

Pangsa pasar yang dituju adalah konsumen dari segala usia, dari anak-anak hingga usia dewasa. Hal ini dikarenakan tahu merupakan makanan yang sudah lama dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki kandungan gizi dan manfaat yang cukup banyak.

3. Bauran Pemasaran

(Kotler, Philip and Kevin, 2009), mengklasifikasikan bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas:

a. Produk (Product)

Tahu dikemas dengan bungkus anyaman dengan isi 10 buah. Sedangkan stik tahu dikemas dengan bungkus plastik berukuran 100 gram.

b. Harga (Price)

Harga merupakan salah satu hal penting yang menentukan nilai suatu produk. Harga pasaran yang ditentukan adalah Rp 20.000; untuk satu bungkus tahu dan Rp 10.000; untuk satu kemasan stik tahu.

c. Tempat (Place)

Tempat (*place*) merupakan salah satu aspek dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang tidak hanya dimaksudkan sebagai tempat yang mana usaha tersebut dijalankan, tetapi memiliki makna lebih luas dimana "*place*" merupakan bentuk segala kegiatan penyaluran produk dapat berupa barang maupun jasa dari produsen ke konsumen (distribusi).

Terdapat tiga aspek pokok yang berhubungan dengan pengambilan keputusan tentang tempat. Ketiga aspek pokok tersebut adalah sistem transportasi, penyimpanan, dan distribusi. Berdasarkan pengamatan di lapangan, maka tempat yang diperlukan untuk usaha yaitu bagian produksi dan pengemasan tahu ini adalah gedung kantor dan tempat pengemasan produk. Di UD. Djawa Mandiri belum memiliki kantor melainkan toko pusat oleh-oleh untuk display produk tahu dan lainnya. Untuk produksi tahu terletak di belakang rumah meski tidak luas cukup digunakan untuk produksi tahu.

d. Promosi (Promotion)

Promosi adalah salah satu cara untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen dan masyarakat luas mengenai produk yang dijual. UD Djawa Mandiri ini melakukan promosi di antaranya melalui situs perbelanjaan online, media sosial, brosur, dan mengikuti sejumlah pameran. Hasil penjualan sebagian besar diperoleh dari penjualan secara langsung pada saat mengikuti berbagai pameran, baik lokal maupun nasional. Selain itu, untuk meningkatkan hasil penjualan, UD Djawa Mandiri juga melakukan kerjasama dengan pihak lain, biasanya dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Analisis Teknis dan Teknologi

Terdapat beberapa aspek dalam menentukan analisis teknis dan teknologi diantaranya pemilihan lokasi, bahan baku produksi, proses produksi, peralatan yang dipakai produksi, serta sarana penunjang. Pemilihan lokasi untuk pengembangan usaha produksi dan pengemasan tahu dipengaruhi beberapa factor diantaranya lokasi pasar, bahan baku, transportasi, tersedianya tenaga kerja, serta pendukung lainnya seperti air dan listrik.

Lokasi penelitian berada di Jalan Tinalan IV Barat, Tinalan, Kec. Pesantren, Kediri, Jawa Timur, mempunyai tenaga kerja produksi 1 orang, 1 tenaga pengemasan dan satu tenaga penjual dan memiliki daya dukung listrik dan air.

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan tahu adalah kedelai yang dibeli dari pemasok. Proses produksi dan pengemasan tahu meliputi proses penggilingan kedelai, perebusan, penyaringan untuk memisahkan ampas dengan sari kedelai, pemberian cuka dan proses fermentasi selama kurang lebih 25 menit hingga adonan tahu siap untuk dicetak. Selanjutnya ketika sudah mengental tahu siap untuk dikemas dan dipasarkan. Dalam satu kali produksi diperlukan bahan baku sebanyak 17 kilogram kedelai untuk menghasilkan 200 buah tahu.

Sedangkan untuk pembuatan stik tahu, bahan baku yang digunakan adalah tahu yang telah diproduksi. Proses pertama kali adalah pemotongan tahu sesuai ukuran, kemudian tahu yang telah dipotong dijemur di bawah terik matahari. Lama penjemuran kurang lebih dua sampai tiga jam, tergantung cuaca. Selanjutnya, masuk dalam tahap proses penggorengan untuk kemudian ditiriskan hingga proses pengemasan, pemberian label dan pemasaran.

Analisis Organisasi dan Manajemen

Bentuk dari perusahaan pengolahan dan pengemasan tahu ini adalah UD (Usaha Dagang) dimana selain mengolah kedelai menjadi tahu dan mengolah tahu menjadi stik tahu, perusahaan ini juga merupakan tempat pusat oleh-oleh makanan khas kota Kediri. Perusahaan ini dikelola oleh dua orang dan risiko yang ditanggung adalah kewajiban seluruh pemilik. Beberapa syarat atau dokumen yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan ini telah dipenuhi, antara lain Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP).

Perusahaan ini memiliki satu orang karyawan di bagian produksi, satu karyawan pada bagian pengemasan, dan satu karyawan pada bagian pemasaran yang juga merangkap pada bagian administrasi. Adapun susunan organisasi UD Djawa Mandiri berbentuk garis atau lini, dan disusun secara sederhana, yaitu pemilik dan pemimpin usaha berada di posisi atas diikuti dengan tenaga kerja dengan tugas masing-masing. Tenaga kerja merupakan kerabat dari pemilik usaha. Kualifikasi tenaga kerja yaitu jenjang SMA/SMK.

Sistem pengupahan pada perusahaan ini sedikit berbeda, dikarenakan pengupahan dilakukan pada setiap proses produksi selesai dilakukan. Semua tenaga kerja mendapatkan training yang bersifat informal selama bekerja di perusahaan tersebut.

Pada analisis organisasi dan manajemen di UD. Djawa Mandiri menunjukkan pemilik usaha sudah menjalankan fungsi manajemen dengan baik. Struktur organisasi di UD. Djawa Mandiri yang sederhana memudahkan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian.

Analisis Kelayakan Finansial

Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan pada permulaan pendirian perusahaan ini terdiri atas modal sendiri. Berikut rinciannya: Tabel 1 Neraca Awal UD Djawa Mandiri

Aktiva	
Kas	4.561.000
Persediaan bahan baku	
Perlengkapan	224.000
Peralatan	215.000
	10.000.000
Jumlah	15.000.000
Modal	
Modal pemilik	15.000.000
Jumlah	15.000.000

Sumber : Data diolah, 2019

Sumber Dana

Sumber dana UD Djawa Mandiri berasal dari modal sendiri. Modal pertama yang dipakai untuk mendirikan usaha ini yaitu sebesar Rp 15.000.000 termasuk untuk pengadaan peralatan dan pembelian bahan baku serta bahan penunjang lainnya.

Modal Kerja

Modal kerja merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Biaya yang dikeluarkan tersebut terdiri atas biaya bahan baku serta bahan tambahan untuk pengolahan produksi. Berikut merupakan rincian biaya untuk pengolahan tahu:

Tabel 2 Rincian Biaya Modal Kerja UD Djawa Mandiri

Jenis	Keterangan	Biaya
Kas		Rp 4.561.000
Bahan Baku	Kedelai	Rp 224.000
Bahan Lain-lain	Perlengkapan	Rp 120.000
	Label	Rp 50.000
	Plastik	Rp 30.000
	Listrik	Rp 15.000
Total		Rp 5.000.000

Sumber: Data Diolah, 2019

Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan UD Djawa Mandiri untuk produk tahu dan stik tahu adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Proyeksi Pendapatan Olahan Tahu

Tahun	Kuantitas (pak)	Harga	Jumlah
2015	600	20,000	12,000,000
2016	720	20,000	14,400,000
2017	864	20,000	17,280,000
2018	1.037	20,000	20,740,000

2019	1.244	20,000	24,880,000
2020	1.493	20,000	29,860,000
Total			119,860,000

Sumber: Data Diolah, 2019

Tabel 4 Proyeksi Pendapatan Olahan Stik Tahu

Tahun	Kuantitas (pak)	Harga	Jumlah
2017	4.500	10,000	45,000,000
2018	4.950	10,000	49,500,000
2019	5.445	10,000	54,450,000
2020	6.435	10,000	64,350,000
2021	7.970	10,000	79,700,000
2022	8.767	10,000	87,670,000
Total			380,670,000

Sumber: Data Diolah, 2019

Kriteria Penilaian Investasi

1. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan guna mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari tiga unsur, yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya lainnya (biaya pengemasan dan listrik) harga pokok penjualan dihitung berdasarkan kuantitas tahu yang telah dikemas. Perhitungan total harga pokok produksi dalam sebulan sebesar Rp 13.939.200 untuk produk tahu dan Rp 40.500.000 untuk stik tahu.

2. Biaya Operasional

Biaya operasional usaha pengemasan tahu dan stik tahu selama 1 bulan produksi mencapai Rp 5.645.000 untuk biaya gaji karyawan.

3. Proyeksi Arus Kas

Pada analisis ini menghitung selisih aliran kas masuk dengan kas keluar setiap tahunnya. Proyeksi arus kas usaha produksi tahu dan stik memiliki nilai negatif di tahun pertama dikarenakan arus kas keluar lebih besar dibandingkan kas masuk. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang harus membayar investasi.

4. Payback Period (PP)

Metode ini adalah teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) investasi suatu proyek atau usaha dikembalikan. Perhitungan tersebut dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang didapat setiap tahun. Nilai kas bersih didapat dari penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (jika investasi 100% memakai modal sendiri). *Payback Period* untuk perusahaan ini adalah 3 tahun 1 bulan.

5. Average Rate of Return (ARR)

Average Rate of Return adalah cara mengukur rerata pengembalian bunga dengan membandingkan rerata sebelum pajak dengan rerata investasi. Dari perhitungan pada penelitian ini diperoleh nilai *Average Rate or Return* sebesar 66%.

6. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang adalah perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi. Selisih keduanya disebut *Net Present Value* (NPV). Setelah dihitung *Net Present Value* didapat hasil perhitungan sebesar Rp 4.197.614.

7. Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) atau bisa disebut dengan benefit and cost ratio (B/C Ratio) adalah rasio aktivitas dari jumlah nilai penerimaan bersih sekarang dengan nilai pengeluaran investasi sekarang selama umur investasi. Dari penelitian ini diketahui Profitability Index sebesar 2,8.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan dan Saran

Berdasarkan analisis aspek-aspek studi kelayakan bisnis, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Analisis aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa prospek usaha produksi madu UD Djawa Mandiri ini cukup baik, dilihat dari peningkatan jumlah permintaan produk tahu dan stik tahu setiap bulannya. Ketersediaan bahan baku cukup memadai serta bauran pemasaran cukup baik.
2. Analisis teknis manajemen/ organisasi menunjukkan bahwa pemilik usaha telah menjalankan fungsi-fungsi manajemen dengan cukup baik. Bentuk struktur organisasi yang sederhana juga memudahkan dalam pembagian tugas masing-masing karyawan.
3. Analisis teknis dan teknologi menunjukkan bahwa kondisi tempat serta peralatan produksi cukup memadai dan terjaga kebersihannya.
4. Analisis finansial dengan 100 persen menggunakan modal sendiri dikatakan layak berdasarkan hasil perhitungan kelayakan investasi yang meliputi *Payback Periode*, *Average Rate of Return*, *Net Present Value*, dan *Profitability Index* yang semua nilainya di atas rata-rata industri.

Saran

1. Sebaiknya UD Djawa Mandiri lebih giat lagi dalam melakukan promosi penjualan agar dapat meningkatkan volume penjualan, khususnya promosi melalui media sosial.
2. Dalam aspek teknis untuk tempat produksi, sebaiknya UD Djawa Mandiri lebih memperluas tempat produksi serta pengemasan.

Sebaiknya UD Djawa Mandiri melakukan pinjaman modal dalam hal pengembangan usaha, dan tidak hanya mengandalkan modal sendiri sehingga terdapat motivasi berwirausaha dan memunculkan inovasi-inovasi baru

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2018. “UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional”, diakses pada 8 Desember 2018 dari <https://m.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>
- Badan Pusat Statistik. “Statistik Produk Kehutanan”, diakses pada 2 Desember 2018 dari <https://www.bps.go.id>
- Dwiatmanto, A. A. M. S. (2015). ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA PENDIRIAN HOME INDUSTRY. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(1), 1–11.
- Handjojo, E. S., & Rizal Syarief, dan S. (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (*Vernonia amygdalina*). *Manajemen IKM*, 12(2), 145–150.
- Jakfar, K. dan. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revisi). Jakarta: Kencana.
- Moh. Romi Wardoyo, Arifuddin Lamusa, A. (2016). ANALISIS KELAYAKAN USAHA TERNAK LEBAH MADU JAYA MAKMUR DI DESA JONO OGE KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI. *E-J. Agrotekbis* 4, 4(1), 84–90.
- Novandra, Alex dan I Made Wiyadnya. *Peluang Pasar Produk Perlebahan Indonesia*. Disampaikan dalam Acara Alih Teknologi Hasil Hutan Bukan Kayu 2013
- RI, D. R. dan P. (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Walfajri, Maizal. 2018. “Jumlah Pelaku UMKM di 2018 Diprediksi Mencapai 58,97 Juta Orang”, diakses pada 7 Desember 2018 dari <https://m.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>
- Widodo, Ahmad. 2013. *Budidaya Lebah Madu*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.