

# ANALISA PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KRIPIK UBI “ASA” KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO

Damas Yanny Firmansyah<sup>1)</sup>, Budi Utami<sup>2)</sup>, M. Syamsul Hidayat<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Mojokerto

email: damas\_619@yahoo.com

## Abstrak

Pengusaha tentunya dituntut untuk meningkatkan usaha yang dijalankan saat ini, supaya usaha yang dikelola semakin maju dan besar serta dapat menjadi pengusaha yang sukses. Dalam melakukan pengembangan usaha tentunya tidak semudah yang dibayangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek keuangan, aspek pemasaran, dan aspek teknisnya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Instrument penelitian yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil analisis aspek keuangan menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan didapatkan nilai *Internal Rate Return* yang positif sebesar 9,3% > dari bunga pinjaman yaitu 0,75% perbulan atau 9% pertahun, nilai *Profitability Index* (PI) yang positif sebesar 1,19 > 1, dan nilai *Payback Period* (PP) sebesar 22 bulan atau 1 tahun 10 bulan < 3 tahun. Maka berdasarkan aspek keuangan perusahaan keripik ubi “ASA” layak dikembangkan. Diketahui biaya pokok produksi keripik ubi Rp 39.551 / pack, sedangkan harga jual ditetapkan Rp. 46.500/pack. Maka besar nilai ratio yang didapat adalah 0.83, karena nilai rasionya < 1 maka ini berarti perusahaan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan analisa aspek pemasaran maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan keripik ubi “ASA” layak dikembangkan. Hasil analisis aspek teknis menunjukkan bahwa skala produksi perusahaan sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memperoleh pendapatan yang dapat menutup seluruh biaya produksi, maka dapat disimpulkan perusahaan keripik ubi “ASA” layak untuk dikembangkan.

**Kata kunci :** Aspek Keuangan, Aspek Pemasaran, Aspek Teknis

## Abstract

*Entrepreneurs are of course required to improve their current business so that the managed businesses are more advanced and large and can become successful entrepreneurs. In doing business development certainly not as easy as imagined. This study aims to determine the feasibility of a business in terms of financial aspects, marketing aspects, and technical aspects. In this study the method used is quantitative descriptive. The research instrument used was interviews, documentation, and observation. The results of the financial aspects analysis show that based on the calculation, a positive Internal Rate Return of 9.3% > of the loan interest is 0.75% or 9% per year, a positive Profitability Index (PI) of 1.19 > 1, and a Payback Period (PP) value. amounting to 22 months or 1 years 10 months < 3 years. So based on the financial aspects of the company "ASA" sweet potato chips worth developing. It is known that the cost of production of sweet potato chips is Rp. 39,551 / pack, while the selling price is set at Rp. 46,500 / pack. Then the value of the ratio obtained is 0.83, because the value of the ratio is < 1 then this means that the company benefits. Based on the analysis of marketing aspects, it can be concluded that the "ASA" sweet potato chips company is feasible to develop. The results of the technical aspects analysis show that the production scale of the company has been able to meet market needs and obtain income that can cover all production costs, so it can be concluded that the "ASA" sweet potato chips company is feasible to develop.*

**Keywords:** Finance Aspect, Marketing Aspect, Technical Aspect

## 1. PENDAHULUAN

### 1) Latar Belakang

Kita sebagai pengusaha tentunya dituntut untuk meningkatkan usaha yang kita jalankan saat ini , supaya usaha yang kita kelola semakin maju dan besar serta kita dapat menjadi pengusaha yang sukses. Dalam melakukan pengembangan usaha tentunya tidak semudah yang kita bayangkan.

Apabila dikaitkan dengan dengan upaya pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran, maka UMKM dapat ikut berperan dalam menambah saluran. Saluran itu melalui penciptaan lapangan pekerjaan, karena menciptakan lapangan kerja merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengurangi tingkat pengangguran di daerah.

Peran UMKM sendiri sangat penting dalam pembangunan ekonomi yang ada di Indonesia seperti yang ditulis dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008 pasal 3 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan mengembangkan dan menumbuhkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Di Daerah Pacet banyak berkembang industri dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam, sehingga Pacet merupakan tempat tumbuhnya berbagai macam bentuk industri rumah tangga yang mengelola hasil pertanian yang salah satunya adalah “kripik telo” yang berada di Desa Sajen Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto.

Industri ini mengolah bahan baku ubi (telo) menjadi “kripik telo”, jenis usaha inilah yang menjadikan produk unggulan di Kecamatan Pacet. Usaha “kripik telo” sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan warga karena pada dasarnya kelompok tanaman pangan yang mudah di budidayakan sepanjang musim, baik dimusim hujan maupun musim kemarau asalkan kebutuhan air tercukupi. Keberadaan UMKM ini perlu dikembangkan karena perkembangan ini berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan masyarakat untuk menuju kesejahteraan sosial.

Dengan meningkatnya permintaan produk kepada UMKM “ASA”, maka pemilik UMKM berniat untuk menambah cabang usaha. Namun, permasalahan utama belum diketahui apakah penambahan usaha tersebut menguntungkan.

Selanjutnya penulis ingin meneliti mengenai “Pengembangan usaha UMKM Kripik “ASA” yang akan di kembangkan oleh pemilik UMKM kripik “ASA” yang dilihat kelayakan usahanya dari aspek keuangan, aspek pemasaran, dan aspek teknis. Dengan meneliti layak atau tidaknya usaha baru maka pemilik usaha dapat menghindari dan mencegah adanya kerugian yang akan timbul dalam proses pendirian dan pengoperasiannya. Maka dari itu penelitian ini dilakukan di beberapa aspek yakni aspek keuangan, aspek pemasaran, dan aspek teknis.

## **2) Tinjauan Pustaka**

### **(1) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan undang undang Bab I Pasal I no 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM yaitu sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan 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 Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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

### **(2) Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha merupakan keadaan dimana sebuah usaha berkembang atau tidak dilihat dari beberapa indikator yang dapat dijadikan pengukuran untuk menentukan suatu usaha berkembang atau tidak. Untuk setiap usaha yang berbeda maka berbeda pula ukuran yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah usaha berhasil atau tidak (Wahyuni Sri,

Pradhanawati Ari, Hidayat Wahyu 2015). Peran pemerintah dalam membantu perkembangan usaha menurut UU Pasal 16 ayat 1 no 20 tahun 2008 tentang UMKM yaitu sebagai berikut:

- a. produksi dan pengolahan;
- b. pemasaran;
- c. sumber daya manusia;

### **(3) Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut kasmir dan jakfar (2016:07), studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut muhammad busro (2017:01), studi kelayakan bisnis merupakan studi atau riset yang dilakukan sebelum seseorang melakukan pekerjaan bisnis, agar bisnis yang dilakukan bisa berhasil, tidak merugi, tidak tutup ditengah jalan, tidak kalah bersaing dengan bisnis milik orang lain, bisa berkembang secara berkelanjutan, dan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan sekaligus sumber peningkatan modal.

Dalam tahap persiapan dan analisis suatu kelayakan bisnis perlu dipertimbangkan berbagai aspek yang mungkin terlibat dan saling berkaitan satu sama lain. Menurut jakfar dan kasmir (2016:16), secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:

- a. Aspek hukum
- b. Aspek pasar dan pemasaran
- c. Aspek keuangan
- d. Aspek teknis dan operasi
- e. Aspek manajemen / organisasi
- f. Aspek ekonomi sosial
- g. Aspek dampak lingkungan

### **(4) Biaya**

Biaya adalah pengeluaran kas (atau setara kas) yang dibayar atau sebesar nilai wajar dari imbalan (*consideration*) yang diberikan untuk memperoleh asset pada saat perolehan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009).

#### **a. Biaya Variabel**

Biaya variabel (variabel cost) adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan output aktivitas, sedangkan biaya per unitnya adalah tetap dalam batas relevan tertentu (Riwayadi, 2006).

#### **b. Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap tidak berubah dalam range out tertentu, tetapi untuk setiap satuan produksi akan berubah-ubah sesuai perubahan produksi (Munawir, 2004).

### **(5) Volume Penjualan dan Harga Jual**

#### **a. Volume Penjualan**

Volume penjualan digunakan untuk mengukur efektivitas penjualan perusahaan, menilai biaya, kontribusi keuntungan, tingkat pengembalian modal, dan sisa dari keuntungan. Selain itu, pengertian volume penjualan juga sama dengan total penjualan (Prastowo & Juliaty, 2002).

#### **b. Harga jual**

Salah satu masalah yang penting dari teori produksi adalah bagaimana menentukan harga dari factor produksi. Dalam teori produksi konvensional, masalah penetapan harga ini terkait dengan upaya pencapaian tingkat keuntungan perusahaan (Rahmawaty, 2008).

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sihombing, 2001).

## 2. METODE PENELITIAN

### 1) Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 2) Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak di Dusun Sajen Desa Sajen RT.02 RW.01 Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Adapun waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah bulan April – Juni 2018.

### 3) Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel yang dimaksud. Peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

#### a. Wawancara

Kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara khusus yang dilakukan dengan pemilik dan juga pihak yang terkait dalam penelitian. Kegiatan wawancara yang bertujuan untuk mencapai tujuan penelitian. Wawancara yang dilaksanakan terkait dengan hambatan yang dikeluhkan oleh pemilik usaha, peluang dalam mengembangkan usaha, dan juga keunggulan yang dimiliki oleh UMKM.

#### b. Dokumentasi

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengambilan gambar yang dilakukan oleh peneliti untuk membantu dalam menjelaskan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh pihak UMKM.

#### c. Observasi

Observasi, yaitu dengan mengamati secara langsung objek penelitian dalam UMKM kripik ubi “ASA” sehingga dapat diperoleh gambaran yang nyata dari keadaan perusahaan.

### (4) Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga aspek yaitu sebagai berikut :

#### a. Aspek Keuangan

- a) Profitability index (PI) adalah rasio biaya manfaat Dari suatu proyek dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan-penerimaan kas bersih masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan, *profitability index* dapat dihitung dengan membandingkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar (Kasmir dan Jakfar, 2016:201), dengan rumus :

$$PI = \frac{PV \text{ kas masuk}}{PV \text{ kas keluar}}$$

Kriteria :

- (a) Jika  $PI > 1$ , maka usulan proyek dikatakan menguntungkan.  
(b) Jika  $PI < 1$ , maka usulan proyek tidak menguntungkan
- b) Payback period (PP) adalah suatu periode yang menunjukkan berapa lama modal yang di tanamkan dalam proyek tersebut dapat kembali (Kasmir dan jakfar, 2016:214), dengan rumus :

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria :

- (a)  $PBP >$  periode maksimum : usaha tidak layak  
(b)  $PBP <$  periode maksimum : usaha tidak layak

c) *Internal Rate of Return (IRR)*

*Internal rate of return (IRR)* merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini menguntungkan (disarankan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan (Jakfar dan Kasmir, 2016:105) IRR bisa dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

$i_1$  = tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV 1)

$i_2$  = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV 2)

$NPV_1$  = *net present value 1*

$NPV_2$  = *net present value 2*

Kesimpulan :

Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima

Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak

b. Aspek Pemasaran

a) Harga

Harga, dilakukan perbandingan dengan barang-barang impor dan produksi dalam negeri lainnya. Apakah ada kecenderungan perubahan harga dan bagaimana polanya.

b) Volume Penjualan

Perkiraan penjualan yang bisa dicapai perusahaan, *market share* yang bisa dikuasai perusahaan

c. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah bisnis tersebut selesai dibangun. Pelaksanaan evaluasi dari aspek ini seringkali tidak dapat memberikan suatu keputusan yang baku, atau dengan kata lain masih tersedia berbagai alternatif jawaban. Karenanya sangat perlu diperhatikan beberapa pengalaman pada bisnis lain yang serupa di lokasi lain yang menggunakan teknologi yang serupa. Keberhasilan penggunaan teknologi sejenis ditempat lain sangat membantu dalam pengambilan keputusan akhir (Nurmalina dkk, 2011:43)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1) Temuan Hasil Penelitian

Biaya yang dibutuhkan dalam usaha pembuatan keripik cukup besar. Biaya-biaya yang dikeluarkan pada awal investasi dapat dilihat pada tabel 4.1 biaya ini meliputi biaya lahan dan bangunan, kendaraan, mesin pemotong, mesin pres plastik, dan kompor gas untuk penggorengan. Dapat dilihat pada awal investasi biaya pembelian kendaraan merupakan biaya paling besar. Hal ini dikarenakan pendistribusian hasil produksi merupakan salah satu aspek yang paling penting. Biaya awal investasi ini diperlukan untuk memperhitungkan kelangsungan usaha produksi selanjutnya.

**Tabel 1 Biaya Investasi Produksi Keripik**

Biaya Investasi Produksi Keripik		
Uraian	Jumlah	Harga (Rp)
Lahan dan bangunan		250.000.000
Kendaraan	2 unit	266.000.000
Mesin potong ubi	2 unit	10.780.000
Mesin pres plastik	2 unit	6.000.000
Kompor gas	4 unit	1.000.000
Total		533.780.000

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa biaya investasi untuk pengembangan usaha adalah sebesar Rp. 533.780.000. Investasi tersebut meliputi biaya lahan dan bangunan sebesar Rp. 250.000.000, biaya 2 unit kendaraan sebesar Rp. 266.000.000, biaya 2 unit mesin potong ubi sebesar Rp. 10.780.000, biaya 2 unit mesin pres plastik sebesar Rp. 6.000.000, dan biaya kompor gas sebesar Rp. 1.000.000.

**Tabel2 Komposisi Modal Investasi Produksi Keripik**

Jenis Modal	Jumlah	Persentase
Modal sendiri	Rp. 433.780.000	81.2%
Modal pinjaman	Rp. 100.000.000	18.8%
Total	Rp. 533.780.000	100%

Dari nilai investasi sebesar Rp. 533.780.000, perusahaan melakukan hutang pada bank sebesar Rp. 100.000.000 atau 18.8% dari total investasi. Sedangkan sisanya yaitu Rp. 433.780.000 menggunakan modal sendiri atau 81.2% dari total investasi.

Bunga pinjaman yang ditetapkan oleh bank adalah flat 0,75% perbulan dengan masa pengembalian 5 tahun. Untuk menentukan bunga pinjaman rumusnya adalah besaran pinjaman dikalikan dengan persentase bunga pinjaman (Rp. 100.000.000 x 9%) yaitu sebesar Rp. 9.000.000, dengan demikian ditemukan total hutang adalah sebesar Rp. 109.000.000 dan memiliki tingkat pengembalian atas investasi bebas resiko atau nilai acuan bunga deposito berdasarkan bank adalah 9%.

**Tabel 3 Biaya Penyusutan**

Jenis Penyusutan	Umur Produktif	Harga Perolehan
Mesin potong ubi	3 tahun	Rp. 10.780.000
Mesin pres plastik	3 tahun	Rp. 6.000.000
Kendaraan	5 tahun	Rp. 266.000.000
Kompor	3 tahun	Rp. 1.000.000
Total		Rp. 283.780.000

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa biaya penyusutan mesin potong ubi sebesar Rp. 243.888 / bulan, biaya penyusutan mesin pres plastik sebesar Rp. 138.888 / bulan, biaya penyusutan kendaraan sebesar Rp. 3.933.333 / bulan, dan biaya penyusutan kompor sebesar Rp. 25.000 / bulan.

**Tabel 4 Pendapatan UMKM “ASA”**

Bulan Ke	Penerimaan			Biaya Operasional (Rp)	Pendapatan (Rp)
	Produksi (pack)	Harga / Pack (Rp)	Total (Rp)		
1	700	46.500	32.550.000	29.557.776	2.992.224
2	795	46.500	36.967.500	30.825.776	6.141.724
3	820	46.500	38.130.000	31.142.776	6.987.224
4	820	46.500	38.130.000	31.142.776	6.987.224
5	840	46.500	39.060.000	31.459.776	7.600.224
Jumlah			184.837.500	154.128.878	30.708.620

Produksi keripik pada bulan ke 1 mampu menghasilkan 700 pak, bulan ke 2 menghasilkan 795 pak, bulan ke 3 menghasilkan 820 pak, bulan ke 4 menghasilkan 820 pak, dan bulan ke 5 menghasilkan 840 pak, sehingga dalam satu tahun diasumsikan perusahaan mampu menghasilkan 8.400 pak. Harga jual yang ditentukan oleh perusahaan adalah Rp. 46.500 / pak, dengan demikian selama 5 bulan perusahaan memiliki penerimaan sebesar Rp. 184.837.500. Setelah dikurangi

biaya operasional sebesar Rp. 157.059.444 maka ditemukan jumlah pendapatan sebesar Rp. 27.778.055.

**Tabel 5 Biaya Operasional Produksi UMKM “ASA”**

Bulan	Biaya		
	Tetap	Variabel	Total
1	18.507.776	11.050.000	29.557.776
2	18.507.776	12.318.000	30.825.776
3	18.507.776	12.635.000	31.142.776
4	18.507.776	12.635.000	31.142.776
5	18.507.776	12.952.000	31.459.776
Total	92.538.878	61.590.000	154.128.878

Biaya operasional produksi dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Jumlah biaya tetap adalah sebesar Rp. 92.538.878 dan biaya tetap adalah sebesar Rp. 61.590.000 dengan total biaya operasional adalah sebesar Rp. 154.128.878.

**Tabel 6 Pajak Pendapatan UMKM “ASA”**

Bulan Ke	Pendapatan	Besaran Pajak /bulan	Pajak	Pendapatan Bersih
1	2.992.224	1,6%	49.870	2.942.354
2	6.141.724	1,6%	102.362	6.039.362
3	6.987.224	1,6%	116.454	6.870.771
4	6.987.224	1,6%	116.454	6.870.771
5	7.600.224	1,6%	126.670	7.473.554

Besaran pajak penghasilan yang ditentukan oleh pemerintah untuk pendapatan usaha adalah sebesar 20%, maka besaran pajak pada bulan ke 1 adalah sebesar Rp. 49.870, pada bulan ke 2 sebesar Rp. 102.362, pada bulan ke 3 dan ke 4 sebesar Rp. 116.454, dan pada bulan ke 5 sebesar Rp. 126.670.

## 2) Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam menghitung kelayakan usaha pengembangan umkm “ASA” dapat diukur dengan menggunakan aspek keuangan, aspek pemasaran dan aspek teknis.

### a. Aspek Keuangan

Aspek keuangan meliputi berbagai perhitungan kriteria investasi yang telah umum digunakan. Adapun kriteria evaluasi kelayakan yang digunakan yaitu IRR (*Internal Rate Return*), PP (*Payback Period*), dan *Profitability index* (PI).

Untuk menilai kelayakan usaha produksi keripik tela, dapat dilakukan dengan analisis kelayakan finansial. Analisis kelayakan finansial ini disajikan dalam tiga bentuk yaitu : IRR (*Internal Rate Return*), *Profitability Index* (PI) dan *Payback Period* (PP). Analisis ini dilakukan dengan mengetahui komponen biaya pengeluaran dan pendapatan selama tiap tahun produksi.

**Tabel 7**  
**Proyeksi Aliran Kas UMKM “ASA”**

Proyeksi Aliran Kas Lanjutan							
Bulan	Total Biaya	Total Penerimaan	Pendapatan	Pajak	Pendapatan Bersih	DF	Present Value
0	533.780.000						
1	29.557.776	32.550.000	2.992.224	49.870	2.942.354	0,935	2.749.863
2	30.825.776	36.967.500	6.141.724	102.362	6.039.362	0,873	5.275.013
3	31.142.776	38.130.000	6.987.224	116.454	6.870.771	0,816	5.608.595
4	31.142.776	38.130.000	6.987.224	116.454	6.870.771	0,763	5.241.678
5	31.459.776	39.060.000	7.600.224	126.670	7.473.554	0,713	5.328.541
Total PV							24.203.690

Sumber : Data diolah peneliti

- a) Perhitungan WACC untuk menentukan nilai Discount Rate (DF)

$$\begin{aligned} \text{WACC} &= (wD \times kD) + (wE \times kE) \\ &= (18,8\% \times 20,4\%) + (81,2\% \times 0,41\%) \\ &= 7\% \end{aligned}$$

- b) *Payback Period* (PP)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2004: 155), metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilain terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dan perhitungnan 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). Rumus yang digunakan dalam perhitungan *Payback Period* adalah sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria:

PBP > periode maksimum : usaha tidak layak

PBP < periode maksimum : usaha layak

Berdasarkan persamaan rumus di atas maka perhitungan untuk memperoleh nilai *Payback Period* (PP) adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} PP &= \frac{533.780.000}{24.203.690} \times 1 \text{ tahun} \\ &= 22 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan persamaan diatas didapatkan nilai *Payback Period* (PP) sebesar 22 bulan atau 1 tahun 10 bulan, karena nilai *Payback Period* (PP) < 3 tahun (*maximum payback periodnya*) atau *payback period* lebih pendek waktunya dari *maximum payback period* (3 tahun), hal ini berarti usulan investasi dapat layak diterima.

- c) *Internal Rate Return* (IRR)

Metode *Internal Rate Return* menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini keuntungan disyarkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.

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

Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima

Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak



Berdasarkan persamaan rumus di atas maka perhitungan untuk memperoleh nilai *Internal Rate Return* (IRR) adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 7\% + \frac{2.749.863}{2.749.863 - 5.275.013} \times (49\% - 7\%) \\ &= 0,0928 \text{ (9,3\%)} \end{aligned}$$

Dengan menggunakan persamaan diatas didapatkan nilai *Internal Rate Return* yang positif sebesar 9,3%. Hal ini berarti proyek dikatakan menguntungkan, karena nilai *Internal Rate Return* (IRR) > dari bunga pinjaman yaitu 0,75% perbulan atau 9% pertahun.

d) *Profitability Index* (PI)

Pemakaian metode *Profitability Index* ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dan rencana penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang dan investasi yang telah dilaksanakan (Umar, 2013:90).

Rumus :

$$\text{PI} = \frac{\text{PV Kas Masuk}}{\text{PV Kas Keluar}}$$

Kriteria:

(a)  $\text{PI} > 1$  : usaha layak

(b)  $\text{PI} < 1$  : usaha tidak layak

Berdasarkan persamaan rumus di atas maka perhitungan untuk memperoleh nilai *Profitability Index* (PI) adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{PI} &= \frac{184.837.500}{154.128.878} \\ &= 1,19 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan persamaan diatas didapatkan nilai *Profitability Index* (PI) yang positif sebesar 1,19. Hal ini berarti proyek dikatakan menguntungkan, karena nilai *Profitability Index* (PI) > 1.

b. Aspek Pemasaran

Untuk menilai kelayakan usaha produksi keripik, dapat dilakukan dengan analisis melalui aspek pemasaran. Analisis aspek pemasaran ini disajikan dalam dua bentuk yaitu : volume penjualan dan harga.

a) Analisis Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan. Volume penjualan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu turun naik. Kemungkinan turun naiknya hasil penjualan tersebut terjadi secara teratur sehingga perusahaan dapat memiliki pedoman yang tetap di dalam pembuatan peramalan.

Untuk mengukur volume penjualan peneliti menggunakan metode perhitungan produksi minimal untuk mencapai titik impas (BEP), adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} / (\text{harga per unit} - \text{biaya variable per unit}) \\ &= \text{Rp. } 18.507.776 / (\text{Rp.}46.500 - \text{Rp.}15.785) \\ &= \text{Rp. } 18.507.776 / \text{Rp.}30.715 \\ &= 602,6 \text{ (603 unit)} \end{aligned}$$

Jadi penjualan minimal untuk mencapai BEP adalah sebanyak 603 unit.

Penerimaan produksi keripik diperoleh dari volume penjualan per tahun dikalikan dengan harga jual. Diasumsikan total produksi keripik setiap bulannya adalah 700 pack selama umur proyek bulan ke 1. Dengan harga jual setiap pack Rp. 46.500. Data produksi dapat dilihat pada Tabel 8

**Tabel 4.8 Jumlah Produksi Keripik Ubi Tiap Bulan**

Bulan	Produksi (Pck)	Harga / Pck	Pendapatan
1	700	46.500	32.550.000
2	795	46.500	36.967.500
3	820	46.500	38.130.000
4	820	46.500	38.130.000
5	840	46.500	39.060.000

Produksi keripik dalam sehari mampu menghasilkan 27 pak, dan dalam satu bulan mampu menghasilkan 700 pak, sehingga dalam satu tahun diasumsikan perusahaan mampu menghasilkan 8.400 pak. Melihat jumlah volume penjualan pada bulan pertama melebihi minimal produksi maka perusahaan ini layak dilakukan pengembangan usaha.

b) Analisis Harga

Biaya pokok produksi didapatkan dari persamaan, yaitu biaya total produksi dibagi dengan volume produksi total. Diketahui biaya total sebesar Rp. 154.128.878 dan jumlah produksi sebanyak 3.975 pack maka didapat biaya pokok produksi sebesar Rp. 38.774 / Pack. Perhitungan dapat dilihat pada Lampiran.

Biaya pokok produksi sangat erat hubungannya dengan harga jual, karena menunjukkan keuntungan atau kerugian yang akan didapat. Untuk mengetahui apakah perusahaan mendapatkan keuntungan atau kerugian dapat digunakan nilai ratio. Nilai ratio disini adalah hubungan proporsi antara biaya pokok dan harga jual. Nilai ratio lebih dari satu (>1), berarti perusahaan mengalami kerugian, sedangkan bila nilai ratio kurang dari satu (<1), berarti perusahaan mengalami keuntungan, dan bila nilai ratio sama dengan satu (=1), berarti perusahaan dalam keadaan impas (Maiyasari, 2011:87).

Penentuan harga pokok penjualan yang digunakan adalah berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan + margin kontribusi. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} X &= \text{HPP} + M \\ &= \text{Rp. } 38.774 + \text{Rp. } 7.726 \\ &= \text{Rp. } 46.500 \end{aligned}$$

Diketahui biaya pokok produksi keripik ubi Rp 38.774 / Pack, sedangkan harga jual ditetapkan Rp. 46.500/Pack. Maka besar nilai ratio yang didapat adalah 0.83, karena nilai rasionya < 1 maka ini berarti perusahaan mendapatkan keuntungan.

c) Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan produk lama di pasar lama strategi yang digunakan adalah diferensiasi produk, yaitu dengan menyediakan variasi ukuran kemasan produk, meningkatkan kualitas produk untuk mengungguli produk pesaing, serta tampilan kemasan produk yang dibuat menarik. Untuk memasarkan produk lama dan produk baru di pasar baru, perusahaan menggunakan strategi pemasaran melalui sarana promosi pembelian, seperti potongan harga untuk pembelian dengan jumlah tertentu dan mengenalkan kepada calon pelanggan mengenai keunggulan produk.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Kripik Ubi "ASA" untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan melakukan penjualan produk di luar daerah tersebut, hal ini dilakukan untuk mencari peluang pasar dengan memasarkan produknya ke daerah yang tidak terdapat produsen kripik ubi seperti Pasuruan, Surabaya, Blitar, Kediri, Trowulan, dan Probolinggo.

c. Aspek Teknis

Dalam aspek ini yang akan diteliti adalah mengenai lokasi usaha, kemudian penentuan layout gedung, mesin, dan peralatan serta layout ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintah, lembaga keuangan, pelabuhan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi

apakah padat karya atau padat modal. Artinya jika menggunakan padat karya, maka akan memberikan kesempatan kerja, namun sebaliknya jika menggunakan padat modal.

Perusahaan Keripik Ubi “ASA” berlokasi di Desa Sajen Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Lokasi tersebut merupakan salah satu sektor penghasil pangan terbesar di Kabupaten Mojokerto khususnya padi, sayur-sayuran dan umbi-umbian. Hal ini sangat menguntungkan karena perusahaan tidak akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku dalam memenuhi kebutuhan produksinya.

Untuk mengukur volume produksi peneliti menggunakan metode perhitungan produksi minimal untuk mencapai titik impas (BEP), adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} / (\text{harga per unit} - \text{biaya variable per unit}) \\ &= \text{Rp. } 18.507.776 / (\text{Rp.}46.500 - \text{Rp.}15.785) \\ &= \text{Rp. } 18.507.776 / \text{Rp.}30.715 \\ &= 602,6 \text{ (603 unit)} \end{aligned}$$

Produksi yang dilakukan perusahaan menggunakan 2 buah mesin potong ubi dan 2 buah mesin press plastik untuk pengemasan. Rata-rata produksi yang dilakukan oleh Perusahaan Keripik Ubi “ASA” adalah 3 – 5 ton ubi perbulan dan menghasilkan produk sekitar 700 pack apabila menggunakan bahan baku 3 ton ubi. Berdasarkan jumlah produksi yang dihasilkan perusahaan, maka telah memenuhi titik impas (BEP) yakni sebanyak 603 unit.

Skala produksi yang dapat dicapai berdasarkan kapasitas mesin dan jumlah tenaga kerja adalah sebanyak 700 Pack / bulan dengan pendapatan Rp. 32.550.000 / bulan. Dengan produksi 700 pack / bulan maka dapat diketahui dalam sehari perusahaan Keripik Ubi “ASA” mampu menghasilkan produk sebanyak 27 pack.

Kapasitas mesin produksi dalam 1 hari apabila menggunakan bahan baku sebanyak 3 ton ubi dapat menghasilkan 27 pack dan dalam satu bulan menghasilkan 700 pack. Sedangkan apabila menggunakan bahan baku sebanyak 5 ton ubi dalam sehari akan mampu menghasilkan produk sebanyak 45 pack dan dalam satu bulan mampu menghasilkan produk sebanyak 1.167 pack.

Berdasarkan skala produksi tersebut perusahaan sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memperoleh pendapatan yang dapat menutup seluruh biaya produksi, maka dapat disimpulkan perusahaan keripik ubi “ASA” layak untuk dikembangkan karena telah memenuhi aspek luas produksi.

d. Hubungan Studi Kelayakan Aspek Keuangan, Pemasaran, dan Teknis

Hasil analisa menunjukkan bahwa seluruh kriteria evaluasi dalam aspek keuangan telah terpenuhi, artinya berdasarkan aspek keuangan Perusahaan Kripik Ubi “ASA” layak untuk dikembangkan. Akan tetapi penilaian aspek keuangan saja tidak cukup untuk dijadikan acuan dalam mengembangkan usaha, oleh sebab itu peneliti juga menganalisa aspek pemasaran.

Dalam penilaian aspek pemasaran, yang menjadi kriteria penilaian adalah volume penjualan, harga, dan strategi pemasaran. Melihat jumlah volume penjualan pada bulan pertama melebihi minimal penjualan maka perusahaan ini layak dilakukan pengembangan usaha. Harga jual ditetapkan Rp. 46.500/pack, sedangkan harga pokok produksi sebesar Rp. 38.774. Maka besar nilai ratio yang didapat adalah 0.83, karena nilai rasionya < 1 maka ini berarti perusahaan mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran yang ditetapkan perusahaan adalah dengan memasarkan produknya di luar daerah yang padat pesaing.

Setelah memenuhi aspek keuangan dan pemasaran, perusahaan tentunya masih membutuhkan penilaian apakah usaha mampu berkembang setelah proyek dijalankan. Untuk menilai hal tersebut aspek selanjutnya yang menjadi penilaian kelayakan adalah aspek teknis.

Berdasarkan penilaian aspek teknis, dapat diketahui skala produksi yang dapat dicapai berdasarkan kapasitas mesin dan jumlah tenaga kerja adalah sebanyak 700 Pack / bulan dengan pendapatan Rp. 32.550.000 / bulan. Maka dapat disimpulkan perusahaan keripik ubi “ASA” layak untuk dikembangkan karena telah memenuhi aspek luas produksi.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil analisis aspek keuangan menunjukkan bahwa didapatkan nilai *Internal Rate Return* yang positif sebesar 9,3%. Hal ini berarti proyek dikatakan menguntungkan, karena nilai *Internal Rate Return* (IRR) > dari bunga pinjaman yaitu 0,75% perbulan atau 9% pertahun. Didapatkan nilai *Profitability Index* (PI) yang positif sebesar 1,19. Hal ini berarti proyek dikatakan menguntungkan, karena nilai *Profitability Index* (PI) > 1. Didapatkan nilai *Payback Period* (PP) sebesar 22 bulan atau 1 tahun 10 bulan, karena nilai *Payback Period* (PP) < 3 tahun (*maximum payback periodnya*) atau *payback period* lebih pendek waktunya dari *maximum payback period* (3 tahun), hal ini berarti usulan investasi dapat layak diterima. Maka berdasarkan aspek keuangan perusahaan keripik ubi “ASA” layak dikembangkan.

Hasil analisis aspek pemasaran menunjukkan bahwa produksi keripik dalam sehari mampu menghasilkan 27 pak, dan dalam satu bulan mampu menghasilkan 700 pak, sehingga dalam satu tahun rata-rata perusahaan mampu menghasilkan 8.400 pak. Melihat jumlah volume penjualan pada bulan pertama melebihi minimal produksi maka perusahaan ini layak dilakukan pengembangan usaha.

Hasil analisis aspek teknis menunjukkan bahwa skala produksi perusahaan sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memperoleh pendapatan yang dapat menutup seluruh biaya produksi, maka dapat disimpulkan perusahaan keripik ubi “ASA” layak untuk dikembangkan.

#### 5. REFERENSI

- Amala, Nur. (2017). Analisis Struktur Modal Dengan Menggunakan Metode *Weight Average Cost Of Capital* (WACC) Usaha Kecil *Misscrip Surabaya*. Surabaya : Fakultas Manajemen, Universitas Narotama.
- Atmaja, Lukas Setia. (2008). *Teori dan Praktek Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Bank Indonesia. (2015). *Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Busro, Muhammad. (2017). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Ibnu Sajari, Elfiana, Martina. (2017). *Analisa kelayakan usaha keripik pada UD. Mawar di Gampong Batee Ie Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2009). *Standar Akuntansi Keuangan*, Edisi Revisi. Jakarta : Salemba Empat.
- Kasmir dan Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kotler, Philip. (2014). *Principle of Marketing, 15<sup>th</sup>*. New Jersey : Pearson.
- M. Afiful Umam. (2016). *Analisis Faktor Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM(Studi kasus pada Industri Kecil Unit Pengolah dan Pemasar ikan “Fatimah Az-Zahra” Borobudur Kabupaten Magelang)*.
- Munawir, S. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 4. Yogyakarta : Liberty.
- Nurmalina R., dkk. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor : Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Prastowo, Dwi., dan Rifka Juliaty. (2002). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta : YKPN.
- Rahmawaty, Ike. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : ANDI.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : Gramedia.
- Riwayadi. (2006). *Akuntansi Manajemen*. Padang : Andalas University Press.
- Sihombing. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta : Gramedia.
- Siti Hadijah, Endang Chumaidiyah, Atya Nur Aisha. (2015). *Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha CV. Arga Konveksi di Kota Depok, Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial*.
- Sugiyono. (2017). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.

Umar, Husein. (2015). *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.

Wahyuni Sri, Pradhanawati Ari, Hidayat Wahyu. (2015). *Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwira Usaha, Produktifitas dan Inovasi terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia*. Semarang : Bagian Penerbitan Manajemen Informatika Universitas Diponegoro.