



## STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SULUH & SALT

**Budi Bagaskoro<sup>1\*</sup>, Alexcius Renold Yohan<sup>2</sup>, Sahlan Toro<sup>3</sup>, Ria Aryani<sup>4</sup>, Muchamad Chilmi<sup>5</sup>, Angennisa Prima Meidina<sup>6</sup>**

<sup>1\*,2,3,4,5,6</sup> Politeknik Sahid Jakarta

Email: budibagaskoro18@gmail.com, 2018140151@polteksahid.ac.id,  
sahlan@polteksahid.ac.id, riaaryani@polteksahid.ac.id, Chilmi@polteksahid.ac.id,  
angenisa@polteksahid.ac.id

|                             |                          |                             |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Diajukan<br>29 Januari 2025 | Direvisi<br>07 Juli 2025 | Diterima<br>31 Januari 2026 |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|

### ABSTRAK

**Tujuan:** Untuk mengetahui kelayakan usaha pada Suluh & Salt yang merupakan produk *home industri*, terdapat aspek nonfinansial yang ditinjau, yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek lingkungan hidup dan aspek finansial yang di analisis dengan metode *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *net benefit/cost* (Net B/C), *payback periode* (PP), *break event point* (BEP).

**Metodologi:** Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi dan studi literatur. Teknik analisis kualitatif untuk menilai aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi serta aspek lingkungan hidup, dan analisis kuantitatif untuk menilai aspek finansial.

**Implikasi:** Menunjukkan bahwa Suluh & Salt: (1) Ditinjau dari aspek hukum Suluh & Salt dinyatakan "belum layak" untuk dijalankan karena belum memiliki izin apapun, (2) Ditinjau dari segi aspek pasar dan pemasaran, Suluh & Salt dinyatakan "layak" untuk dijalankan, (3) Ditinjau dari aspek teknis dan teknologi Suluh & Salt dinyatakan "layak" untuk dijalankan, (4) Ditinjau dari aspek lingkungan hidup Suluh & Salt dinyatakan "layak" untuk dijalankan, (5) Ditinjau dari aspek finansial Suluh & Salt dinyatakan "layak" untuk dijalankan tetapi dengan catatan yaitu ada satu metode dari aspek finansial yang masih belum tercapai yaitu *net benefit/cost* (Net B/C).

**Kata kunci:** Kelayakan Usaha, Aspek Nonfinansial, Aspek Finansial, Home Industri

### ABSTRAK

**Purpose:** The purpose is to determine the business feasibility of Suluh & Salt, a home industry product, in terms of non-financial aspects, namely legal aspects, market and marketing aspects, technical and technological aspects, environmental aspects, and financial aspects, which are analyzed by the net present value (NPV) method, internal rate of return (IRR), net benefit/cost (Net B/C), payback period (PP), and break even point (BEP).

**Methodology:** The data collection method used observation techniques and literature studies. The data analysis technique assessed legal, market, and marketing aspects, technical and technological aspects, and environmental aspects, and quantitative analysis assessed financial aspects. The type of data used for this research consists of internal and external data, which are both qualitative and quantitative.

**Implications:** The results of this study indicate that Suluh & Salt: (1) In terms of the legal aspect, Suluh & Salt is declared "not feasible" to run because it does not have any permits, (2) In terms of market and marketing aspects, Suluh & Salt is stated "feasible" to run, (3) From a technical and

technological perspective, Suluh & Salt is declared "feasible" to run, (4) From an environmental perspective, Suluh & Salt is declared "feasible" to run, (5) From a financial perspective, Suluh & Salt & Salt was declared "feasible" to run but with a note that there is one method from the financial aspect that has not been achieved, namely *net benefit/cost* (Net B/C).

**Keywords:** Business Feasibility, Non-financial Aspects, Financial Aspects, Home Industry

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis pada saat ini terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, terbukti bahwa industri 4.0 juga berkembang sangat pesat di Indonesia. Hal ini juga dikarenakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Terlebih dimasa *pandemic* seperti ini yang dimana membuat banyak sekali pelaku bisnis bermunculan dari berbagai *start up* seperti dibidang teknologi, pariwisata, transportasi, hingga kuliner. Dan bisnis dibidang kuliner inilah yang paling sangat berkembang pesat, sehingga dimana hal ini juga membuat penulis tertarik untuk ikut membangun bisnis yaitu di bidang kuliner.

Kuliner adalah suatu proses memasak sebuah hidangan dengan cara memadukan antara seni kuliner, keilmuan, dan teknologi yang dipadukan dengan metode memasak yang sesuai dengan jenis hidangannya (Andriani & Hadijah, 2021). Kuliner juga bisa menjadi suatu identitas suatu suku, kota, maupun bangsa, sehingga kuliner pun bisa menjadi salah satu daya tarik wisata, karena setiap wisatawan ingin mencoba setiap kuliner lokal yang ada. Penulis menyadari bahwa berbisnis pada sektor kuliner seperti ini selalu menjadi salah satu bisnis yang sangat menjanjikan, karena dalam UU 18 Tahun 2012 tentang pangan mengatakan bahwa penyelenggaraan pangan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil, merata, dan berkelanjutan berdasarkan kedaulatan pangan, kemandirian pangan, dan ketahanan pangan.

Usaha industri makanan dan minuman di Indonesia mulai bangkit sejak masa pandemic Covid-19, pertumbuhannya di 2021 naik menjadi 2,54% yang mana sebelumnya di tahun 2020 hanya 1,58% (Kusnandar, 2022). Dengan begitu ada kemungkinan di tahun 2022 ini semakin naik karena keadaan yang juga semakin normal dan membaik. Keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Dalam menjalankan usaha tersebut juga perlu dilakukan analisis dan pengkajian yang dalam tentang bagaimana usaha tersebut akan dibuat dan akan dijalankan. Faktor – faktor yang harus di nilai dalam menyusun studi kelayakan usaha berkaitan berbagai aspek antara lain, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek produk, dan aspek keuangan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa perlu dan tertarik mengenai studi kelayakan bisnis, yang menjadikan judul skripsi penulis yaitu " Studi Kelayakan Bisnis Pada Suluh & Salt ".

## METODE

Jenis data yang digunakan terdiri dari data intern dan ekstern yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Menurut Sudjana (.Zulganef, 2018) data intern adalah data yang dicatat dan diperoleh sendiri, misalkan catatan seorang pengusaha mengenai aktivitas perusahaannya sendiri, sedangkan data ekstern adalah data yang diperoleh dari luar si pencatat, misalkan data diluar catatan yang dicatat oleh pengusaha tersebut.

Penelitian kualitatif adalah sebagai proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistic yang dibentuk

dengan kata – kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Creswell, 1994) dan penelitian kuantitatif adalah menumbuhkan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Margono, 1997).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua jenis metode, yaitu observasi yang merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti serta studi literatur dan kepustakaan yang merupakan proses membaca berbagai jurnal pemasaran, artikel yang relevan dan sumber lain guna mendapatkan data sekunder.

Alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis usaha yang berdasarkan sebagai berikut, yaitu :

#### 1) *Break Event Point* (BEP)

*Break Even Point* merupakan titik impas, dimana pada saat suatu perusahaan tidak rugi maupun untung. Penentuan titik impas dengan biaya ditambah laba atau bisa juga dengan pendekatan grafis yang dilakukan dengan cara yaitu mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya pada suatu grafik yang disebut grafik impas.

$$Y = cx - bx - a$$

Keterangan :

$Y$  = Laba bersih

$a$  = Biaya tetap

$bx$  = Biaya variabel

$cx$  = Pendapatan penjualan

#### 2) *Net Present Value* (NPV)

*Net Present Value* perbedaan antara nilai sekarang dari *benefit* (keuntungan) dengan nilai sekarang biaya, yang besarnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NPV = \sum \frac{(B_t - C_t)}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

$B_t$  = *Benefit bruto* proyek pada tahun ke -t

$C_t$  = Biaya *bruto* proyek pada tahun ke-n (umur ekonomis proyek)

$i$  = Tingkat bunga modal (%)

$t$  = Periode per tahun

#### 3) *Internal Rate of Return* (IRR)

*Internal Rate of Returns* adalah tingkat pengembalian. Kriteria yang dipakai adalah apabila  $IRR \geq$  suku bunga berlaku maka usaha dikatakan layak, tetapi apabila  $IRR \leq$  suku bunga yang berlaku, maka usaha dikatakan tidak layak.

$$IRR = I^+ + \left[ \frac{NPV^+}{NPV^+ - NPV^-} \right] [I^- \times I^+]$$

Keterangan :

$I^+$  = Tingkat suku bunga yang menghasilkan  $NPV^+$

$I^-$  = Tingkat suku bunga menghasilkan  $NPV^-$

$NPV^+$  = NPV pada suku bunga 1 positif

$NPV^-$  = NPV pada suku bunga 1 negatif.

#### 4) *Payback Periode* (PP)

Menurut Umar *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) yang menggunakan aliran kas dengan kata lain *Payback Period* merupakan rasio antara '*initial cash investment*' dengan '*cash inflow*'-nya, yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang dapat diterima. (Swastawati, 2011).

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

#### 5) *Net Benefit/Cost* (Net B/C)

*Net Benefit Cost* bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya keuntungan dibandingkan pengeluaran selama umur ekonomisnya. Rumus yang akan dipakai yaitu :

$$\text{Net B/C} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{b_t - c_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{c_t - b_t}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

$B_t$  = Keuntungan pada tahun ke- $t$

$C_t$  = Biaya pada tahun ke- $t$

$i$  = *Discount factor*

$t$  = Umur proyek

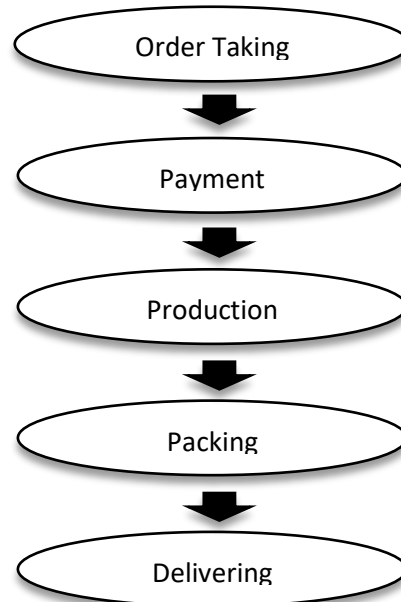
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan dalam usaha. Hasil analisis ini akan digunakan untuk sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha.

#### 1) Aspek Yuridis

Usaha Suluh & Salt masih tergolong usaha yang baru terbentuk dan juga bergerak dilingkup usaha online, sehingga Suluh & Salt masih belum memiliki kelengkapan perizinan usaha seperti SIUP, NPWP, TDP, Akta Notaris, Surat Keterangan Kementerian Hukum, HAM, dan Keanggotaan Asosiasi Usaha.

## 2) Aspek Teknikal



Gambar 1. Alur Proses Produksi

Fokus kegiatan operasional Suluh & Salt adalah penjualan *Cake & Cookies*, oleh karena itu proses produksi hanya dilakukan jika terdapat permintaan pemesanan dari konsumen. Hal ini juga dilakukan untuk menjaga mutu dan kualitas dari setiap produk di Suluh & Salt agar selalu *fresh*.

## Analisis SWOT

### 1) Kekuatan Pembeli (*Bargaining Power of Customer*)

Harga, rasa, dan design dari sebuah produk seperti Cake & Cookies menjadi suatu pertimbangan dari setiap pembeli, dimana mereka membeli dan mempercayakan produk tersebut. Suluh & Salt ingin menyesuaikan keinginan dan kebutuhan dari mayoritas pembeli sesuai dengan *budget* yang pembeli miliki namun tetap menjaga kualitas dan cita rasa yang tinggi dari setiap produk yang dibeli.

### 2) Persaingan Industri (*Industry Rivalry*)

Indutri yang bergerak dibidang Cake & Cookies pada saat ini sangat banyak. Oleh karena itu Suluh & Salt akan terus beroperasi dan meningkatkan segala aspek untuk tetap bisa bersaing.

### 3) Kekuatan Pemasok (*Power of Supplier*)

Pemasok memiliki peran yang cukup penting dalam menyediakan bahan baku yang dibutuhkan. Suluh & Salt sendiri sudah memiliki beberapa pemasok tetap dengan harga yang fluktuatif, tanpa mengurangi kualitas bahan baku.

### 4) Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrats*)

Perkembangan bisnis pada saat ini sangat pesat dan dengan adanya percepatan teknologi yang dimana melalui media sosial, hal ini yang akan memulai para pendatang baru terpancing untuk memulai berbagai macam bisnis dibidang yang sama. Hal ini

yang menjadi ancaman tergolong tinggi, karena Suluh & Salt pada saat ini masih dalam tahap pengembangan.

### Matriks EFAS

Adalah alat analisa yang digunakan untuk menghitung suatu faktor dari luar perusahaan dan dapat berdampak bagi perusahaan.

Tabel 1. Matriks EFAS Suluh & Salt

| Faktor-faktor Strategis Eksternal                       | Bobot    | Rating    | Skor        |
|---------------------------------------------------------|----------|-----------|-------------|
| <b>Peluang:</b>                                         |          |           |             |
| Bahan baku mudah didapat                                | 0,3      | 4         | 1,2         |
| Luasnya jangkauan pasar online                          | 0,4      | 4         | 1,6         |
| Trend masyarakat yang konsumtif                         | 0,2      | 3         | 0,6         |
| Pertumbuhan permintaan cake & cookies yang meningkat    | 0,1      | 2         | 0,2         |
| <b>Jumlah</b>                                           | <b>1</b> | <b>13</b> | <b>3,6</b>  |
| <b>Ancaman:</b>                                         |          |           |             |
| Bencana alam (Covid 19)                                 | 0,2      | -3        | -0,6        |
| Banyaknya pesaing baru                                  | 0,3      | -1        | -0,3        |
| Kenaikan harga bahan baku                               | 0,2      | -2        | -0,4        |
| Banyaknya merek terkenal yang juga membuka pasar online | 0,3      | -1        | -0,3        |
| <b>Jumlah</b>                                           | <b>1</b> | <b>-7</b> | <b>-1,6</b> |

Penjelasan:

- a. Sangat Kuat = 4
- b. Kuat = 3
- c. Lemah = 2
- d. Sangat Lemah = 1

### Matrik IFAS

Adalah alat analisa yang berguna untuk menghitung faktor dari dalam suatu perusahaan yang dapat mempunyai efek bagi perusahaan.

Tabel 2. Matriks IFAS Suluh & Salt

| Faktor-faktor Strategis Internal | Bobot | Rating | Skor |
|----------------------------------|-------|--------|------|
| <b>Kekuatan:</b>                 |       |        |      |
| Kualitas produk tinggi           | 0,3   | 4      | 1,2  |
| SDM yang profesional             | 0,3   | 3      | 0,9  |
| Mempunyai beberapa menu uni      | 0,2   | 2      | 0,4  |
| Memiliki data pelanggan setia    | 0,2   | 2      | 0,4  |



| Jumlah                             | 1        | 11        | 2,9         |
|------------------------------------|----------|-----------|-------------|
| <b>Kelemahan:</b>                  |          |           |             |
| Kondisi keuangan belum stabil      | 0,3      | -1        | -0,3        |
| Tempat produksi yang masih dirumah | 0,1      | -2        | -0,2        |
| Kemasan yang kurang optimal        | 0,3      | -1        | -0,3        |
| Izin usaha secara hukum            | 0,3      | -1        | -0,3        |
| <b>Jumlah</b>                      | <b>1</b> | <b>-5</b> | <b>-1,1</b> |
| Penjelasan:                        |          |           |             |
| a. Sangat Kuat                     | = 4      |           |             |
| b. Kuat                            | = 3      |           |             |
| c. Lemah                           | = 2      |           |             |
| d. Sangat Lemah                    | = 1      |           |             |

## Matriks SWOT

Tabel 3. Tabel Analisis SWOT

| KEKUATAN:                                               |                                  | KELEMAHAN:                                                      |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| IFAS & EFAS                                             | a. Kualitas rodruk tinggi        | a. Kondisi keuangan belum stabil                                |
|                                                         | b. SDM yang professional         | b. Tempat produksi yang masih dirumah                           |
|                                                         | c. Mempunyai beberapa menu unik  | c. Pemasaran yang kurang optimal                                |
|                                                         | d. Memiliki data pelanggan setia | d. Izin usaha secara hukum                                      |
|                                                         |                                  |                                                                 |
| PELUANG:                                                | SO:                              | WO:                                                             |
| a. Bahan baku mudah didapat                             | a. Membuat signature produk      | a. Membuat kerja sama dengan investor                           |
| b. Luasnya jangkauan pasar online                       | b. Membuat website resmi         | b. Memperhatikan control lebih pada bahan baku yang mudah rusak |
| c. Trend masyarakat yang konsumtif                      | c. Rasa produk yang khas         | c. Memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi               |
| d. Pertumbuhan permintaan Cake & Cookies yang meningkat | d. Membuat harga paket penjualan |                                                                 |



|                                                           |                                                              | d. Menyelesaikan segala perizinan secara hukum |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| ANCAMAN:                                                  | ST:                                                          | WT:                                            |
| a. Bencana alam (covid - 19)                              | a. Berinovasi mengikuti keadaan yang ada.                    | a. Membuat SOP perusahaan                      |
| b. Banyaknya pesaing baru                                 | b. Menjaga kualitas rasa dan bahan baku tetap konsisten      | b. Memanfaatkan fungsi tempat produksi         |
| c. Kenaikan harga bahan baku                              | c. Membuat menu dan harga terjangkau                         | c. Melakukan operasi pasar secara berkala      |
| d. Banyaknya merk terkenal yang juga membuka pasar online | d. Memberdayakan pelanggan setia sebagai alat promosi gratis | d. Mendaftarkan usaha ke platform ojek online. |

### Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar yang digunakan adalah pasar yang mampu menjangkau seluruh kalangan dengan membuat produk Cake & Cookies yang mampu dapat dijangkau oleh seluruh kalangan dengan *budget* konsumen. Suluh & Salt menggunakan sistem *Pre-Order* (PO), dimana konsumen akan memesan produk dengan minimal H-3 sebelum pembuatan produk. Suluh & Salt menetapkan harga menengah kebawah yaitu Rp.10.000 – Rp.400.000 dan dengan bauran marketing 4 P yaitu promosi, produk, price, place.

### Aspek Manajemen

Saat ini, Suluh & Salt hanya dikelola oleh satu orang saja, yaitu Alexcius Renold Yohan Tambunan dikarenakan minimnya *budget* dan kurangnya orang untuk mengelola usaha, jadi semuanya dikelola mulai dari manajemen, marketing, operasional, keuangan hingga bagian kreatif.

### Aspek Lingkungan

Suluh & Salt memberdayakan ojek *online* dalam pengiriman produk namun untuk sekarang hanya berlaku melalui *gosend* saja karena jasa antar makanan *gofood* & *grabfood* masih dalam proses. Serta Suluh & Salt dalam beberapa hari raya besar menggunakan 1 orang bantuan dalam bentuk *Part Time*.

### Aspek Keuangan

Modal awal yang digunakan Suluh & Salt secara keseluruhan senilai Rp. 9.903.950,- dalam bentuk biaya peralatan dan perlengkapan : Rp. 6.068.450,-, listrik, gas, dan marketing : Rp. 450.000,-, bahan baku: Rp. 2.785.500,-, dan biaya gaji : Rp. 600.000,-.





Tabel 4. Proyeksi Analisis Usaha

| <b>15-31 Desember</b> |               |                  |                    |                  |                      |
|-----------------------|---------------|------------------|--------------------|------------------|----------------------|
| <b>Jenis Produk</b>   | <b>Nastar</b> | <b>Sagu Keju</b> | <b>Putri Salju</b> | <b>Kastangel</b> | <b>Donat Kentang</b> |
| Produksi              | 30            | 8                | 4                  | 3                | 8                    |
| Harga Jual            | Rp. 95.000    | Rp. 70.000       | Rp. 80.000         | Rp. 130.000      | Rp. 25.000           |
| Biaya Produksi        | Rp. 64.484    | Rp. 22.203       | Rp. 33.446         | Rp. 97.717       | Rp. 19.065           |
| Penerimaan            | Rp. 2.850.000 | Rp. 560.000      | Rp. 320.000        | Rp. 390.000      | Rp. 200.000          |
| Pengeluaran           | Rp. 1.934.520 | Rp. 177.624      | Rp. 133.784        | Rp. 293.151      | Rp. 152.520          |
| Laba Bersih           | Rp. 915.480   | Rp. 382.376      | Rp. 186.216        | Rp. 96.849       | Rp. 47.480           |

| <b>1-31 Januari</b> |               |                      |                    |               |
|---------------------|---------------|----------------------|--------------------|---------------|
| <b>Jenis Produk</b> | <b>Nastar</b> | <b>Donat Kentang</b> | <b>Lapet Beras</b> | <b>Bakpao</b> |
| Produksi            | 3             | 12                   | 8                  | 5             |
| Harga Jual          | Rp. 95.000    | Rp. 25.000           | Rp. 28.000         | Rp. 20.000    |
| Biaya Produksi      | Rp. 64.484    | Rp. 19.065           | Rp. 16.334         | Rp. 10.276    |
| Penerimaan          | Rp. 285.000   | Rp. 300.000          | Rp. 224.000        | Rp. 100.000   |
| Pengeluaran         | Rp. 193.452   | Rp. 228.780          | Rp. 130.672        | Rp. 51.380    |
| Laba Bersih         | Rp. 91.548    | Rp. 71.220           | Rp. 93.328         | Rp. 48.620    |

| <b>1-28 Februari</b> |               |                      |                   |
|----------------------|---------------|----------------------|-------------------|
| <b>Jenis Produk</b>  | <b>Bakpao</b> | <b>Donat Kentang</b> | <b>Kolak Cake</b> |
| Produksi             | 13            | 22                   | 1                 |
| Harga Jual           | Rp. 20.000    | Rp. 25.000           | Rp. 350.000       |
| Biaya Produksi       | Rp. 10.276    | Rp. 19.065           | Rp. 82.364        |
| Penerimaan           | Rp. 260.000   | Rp. 550.000          | Rp. 350.000       |
| Pengeluaran          | Rp. 133.588   | Rp. 419.430          | Rp. 82.364        |
| Laba Bersih          | Rp. 126.412   | Rp. 130.570          | Rp. 267.636       |

| <b>18-30 April</b>  |               |                  |                    |                     |                    |
|---------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| <b>Jenis Produk</b> | <b>Nastar</b> | <b>Sagu Keju</b> | <b>Putri Salju</b> | <b>Lidah Kucing</b> | <b>Klepon Cake</b> |
| Produksi            | 6             | 3                | 2                  | 3                   | 2                  |
| Harga Jual          | Rp. 95.000    | Rp. 70.000       | Rp. 80.000         | Rp. 65.000          | Rp. 380.000        |

|                |             |             |             |             |             |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Biaya Produksi | Rp. 64.484  | Rp. 22.203  | Rp. 33.446  | Rp. 20.851  | Rp. 140.692 |
| Penerimaan     | Rp. 570.000 | Rp. 210.000 | Rp. 160.000 | Rp. 195.000 | Rp. 760.000 |
| Pengeluaran    | Rp. 386.904 | Rp. 66.609  | Rp. 66.892  | Rp. 62.553  | Rp. 297.384 |
| Laba Bersih    | Rp. 183.096 | Rp. 143.391 | Rp. 93.108  | Rp. 132.447 | Rp. 462.616 |

Tabel 5. Nilai *R/C Ratio*, *Break Even Point* dan *Payback Period*

| Keterangan | R/C Ratio | BEP (Nilai) | BEP (Produk) | PP       |
|------------|-----------|-------------|--------------|----------|
| Nilai      | 1,72      | Rp. 414.938 | 14           | 328 Hari |

Tabel 6. Kebutuhan Modal Kerja dan Investasi

| Jenis                          | Jumlah               |
|--------------------------------|----------------------|
| <b>A. Aktiva</b>               |                      |
| Biaya Gaji                     | Rp. 600.000          |
| Listrik, Gas, dan Marketing    | Rp. 450.000          |
| <b>Jumlah Aktiva (A)</b>       | <b>Rp. 1.050.000</b> |
| <b>B. Modal Kerja</b>          |                      |
| Bahan Baku Awal                | Rp. 2.785.500        |
| Peralatan dan Perlengkapan     | Rp. 6.068.450        |
| <b>Jumlah Modal Kerja (B)</b>  | <b>Rp. 8.853.950</b> |
| <b>Total Biaya Kerja (A+B)</b> | <b>Rp. 9.903.950</b> |

Tabel 7. Nilai Kriteria Investasi Suluh & Salt

| Kriteria Investasi      | Nilai          |
|-------------------------|----------------|
| Net Present Palue       | Rp. 29.585.354 |
| Internal Rate of Return | 0,71%          |
| Net Benefit/Cost        | 0,080          |
| Break Event Point       | Rp. 414.938    |
| Payback Periode         | 328 Hari       |

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Suluh & Salt layak dilanjutkan dalam beberapa aspek kriteria, namun ada juga aspek kriteria yang masih belum layak untuk di lanjutkan :

## NPV

NPV pada Suluh & Salt dikatakan layak dilanjutkan dikarenakan nilai NPV positif senilai

RP.29.585.354,33.-

### IRR

IRR pada Suluh & Salt layak dilanjutkan karena IRR lebih besar daripada tingkat suku bunga yaitu  $0.71\% > 0.14\%$ .

### Net B/C

Net B/C pada Suluh & Salt tergolong tidak layak dikarenakan nilai IRR lebih kecil dari 1

### BEP

Setiap bulannya Suluh & Salt harus menjual 14 pcs produk untuk mencapai nilai BEP Rp. 414.937,76.

### Payback Periode

Suluh & Salt membutuhkan waktu 328 hari untuk mengembalikan biaya investasi

Tabel 8. Perbandingan Nilai Kriteria Investasi Akibat Kenaikan Harga Bahan Baku Sebesar 9 persen dan 10 persen.

| Kriteria Investasi | Sebelum Kenaikan | Setelah Kenaikan 9% | Setelah Kenaikan 10% |
|--------------------|------------------|---------------------|----------------------|
| NPV                | Rp. (9.903.950)  | Rp. 29.174.959      | Rp. 29.129.360       |
| NET B/C            | 0,080            | 1,98                | 2,06                 |
| IRR                | 0,71%            | 21,22%              | 29,28%               |

Dari tabel diatas, dengan kenaikan bahan baku 9% dan 10%, Suluh & Salt dinyatakan “layak” saat mengalami kenaikan dikarenakan:

- NPV keduanya bernilai positif
- Nilai Net B/C keduanya lebih besar dari satu (1)
- IRR keduanya lebih dari tingkat bunga yang sebesar 14%

Tabel 9 Perbandingan Nilai Kriteria Investasi Akibat Penurunan Harga Jual Produk Sebesar 20 persen dan 21 persen

| Kriteria Investasi | Sebelum Kenaikan | Setelah Kenaikan 20% | Setelah Kenaikan 21% |
|--------------------|------------------|----------------------|----------------------|
| NPV                | Rp. (9.903.950)  | Rp. 10.743.703       | Rp. 9.801.541        |
| NET B/C            | 0,080            | 24,84                | 42,90                |
| IRR                | 0,71%            | 31,52%               | 32,61%               |

Dari tabel diatas, dengan penurunan harga jual 20 sampai 21% Suluh & Salt dinyatakan “layak” saat mengalami penurunan harga jual dikarenakan:

- NPV keduanya bernilai positif
- Nilai Net B/C pada keduanya lebih besar dari satu (1)
- IRR keduanya lebih dari tingkat bunga yang sebesar 14%

Tabel 10 Perbandingan Nilai Kriteria Investasi Akibat Kenaikan Harga Bahan Baku Dan Penurunan Harga Jual Produk Sebesar 6 persen dan 7 persen.

| Kriteria Investasi | Sebelum Kenaikan | Setelah Naik/Turun 6% | Setelah Naik Turun 7% |
|--------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|
| NPV                | Rp. (9.903.950)  | Rp. 20.649.676        | Rp. 19.160.397        |
| NET B/C            | 0,080            | 2,95                  | 3,46                  |
| IRR                | 0,71%            | 30,25%                | 35,46%                |

Dari tabel di atas, Suluh & Salt dinyatakan “layak” untuk dijalankan dengan kenaikan bahan baku dan penurunan harga sebesar 6% dan 7% karena :

- NPV keduanya bernilai positif
- Nilai Net B/C pada keduanya lebih besar dari satu (1)
- IRR keduanya lebih dari tingkat bunga yang sebesar 14%

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil analisis kelayakan pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi dan aspek manajemen dan operasional menunjukkan bahwa Suluh & Salt layak untuk dilanjutkan. Berdasarkan hasil analisis aspek finansial menunjukkan Nilai NPV positif yakni sebesar Rp 29.585.354,33,- nilai IRR lebih besar dari nilai suku bunga pinjaman 0.14% yaitu, 0.71%, nilai Net B/C negatif karena tidak mencapai satu (1) yaitu -0.080, BEP positif dengan nilai Rp 414.937,76,- dan PBP 328 hari yang berarti usaha ini sudah dapat menutup biaya investasi sebelum umur usaha berakhir. Beberapa hasil perhitungan yang diperoleh analisis finansial menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan namun ada satu aspek yang mendapatkan hasil negatif yaitu Net B/C yang tidak mencapai angka satu (1). Suluh & Salt juga mampu mentoleransi kenaikan harga bahan baku 9%, 10% dimana nilai NPV yang dihasilkan sebesar Rp. 29.174.959,35 untuk 9% dan Rp. 29.129.359,94 untuk 10%, IRR kedua nya mendapatkan hasil positif dari tingkat bunga bank yang sebesar 14% yaitu 21,22 untuk 9% dan 29,28 untuk 10%, serta nilai Net B/C pada keduanya lebih kecil dari satu (1).

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama S.Sos, M. A. (2020). Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi. In R. A. M.M, *Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi* (p. 166). Malang: Malang : AE Publishing.
- Andriani, D., & Hadijah, S. (2021, Maret). Pengembangan Media Pembelajaran Kuliner Etnis Sulawesi Selatan bagi Mahasiswa Program Studi Vokasi Perhotelan. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 07(01), 86-96.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design Quantitative dan Qualitative Aproach*. London: Sage Pablicaton.
- Firmansyah SE. MM, D. M. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek ( Planning & Strategi ). In D. M. Firmansyah SE. MM, & Q. Media (Ed.), *Pemasaran Produk Dan Merek ( Planning & Strategi )* (p. 336). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Iis Miati, q. (2020, Maret). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 01(02), 71-83.
- Juliana. (2019, September). Analisis Potensi Kawasan Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Tegal Jawa Tengah. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 10(02), 98-105.

- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. In P. Kotler, & S. Bambang Sarwiji (Ed.), *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas Oleh Phillip Kotler* (D. M. Samosir, Trans., Vol. 11, p. 407). Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran. In P. Kotler, K. L. Keller, & J. Purba (Ed.), *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (Vol. 12, p. 444). Jakarta: PT. INDEKS.
- Kusnandar, V. B. (2022, Maret 31). *Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19*. Retrieved from Data Books: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>
- Maharani, I. Y., Nosita, F., & Asruni. (2018, November). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PENGOLAHAN IKAN PADA INDUSTRI KECIL CASHEILA BANJARBARU. *JURNAL ILMIAHEKONOMI BISNIS*, 04(03), 301-318.
- Margono, S. (1997). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Muhammad Zaini, M. D., & Ana Noor Andriana, S. M. (2019). Manajemen Operasional. In M. D. Muhammad Zaini, & S. M. Ana Noor Andriana, *Manajemen Operasional* (p. 93). Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Napitupulu, R. D. (2019, November). DETERMINASIRETURN ON ASSETS DAN RETURN ON INVESTMENT TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEKTOR FARMASI. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 03(04), 102-107.
- Purnamasari, D., & Hendrawan, B. (2013, Juni 14). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwi sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 03(01), 83-87.
- Rahmiati, D., & Baktiono, R. (2015, Juli). PENGARUH DAYA SAING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKAN KALENG (SARDINES) MEREK MAYA. *E-Journal Manajemen Kerja*, 01(02), 136-149.
- Reza Nurul Ichsan, S. M., Lukman Nasution, S. M., & Dr. Sarman Sinaga SE, M. (2021). Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). In S. M. Reza Nurul Ichsan, S. M. Lukman Nasution, & M. Dr. Sarman Sinaga SE, *Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)* (p. 165). Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Stanton, W. J. (2019). Pemasaran Produk Dan Marketing (Planning & Strategy). In D. M. MM, & Q. Media (Ed.), *Pemasaran Produk Dan Marketing (Planning & Strategy)* (p. 336). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Swastawati, F. (2011, Juni 09). STUDI KELAYAKAN DAN EFISIENSI USAHA PENGASAPAN IKAN DENGAN ASAP CAIR LIMBAH PERTANIAN. *Fronthea*, 18-24.
- Wijana, M., Triadi, A. A., & Anwar, L. S. (2016, Juni 1). STUDI KELAYAKAN PENGGUNAAN MESIN DIESEL DENGAN METODE BREAK EVEN POINT (BEP) DAN ANALISIS SENSITIVITAS PADA PLTD (Studi Kasus : PT PLN Persero Sektor Pembangkitan Lombok PLTD Ampenan). *Dinamika Teknik Mesin*, 06(01), 60-69.
- Wulandari Fitri M, D. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. In M. Dr. Fitri Wulandari, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (p. 212). Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Yunaida, E. (2017, November). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa . *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 06(02), 798-807.
- Zulganef, D. D. (2018). *METODE PENELITIAN BISNIS DAN MANAJEMEN*. (Rachmi, Ed.) Bandung: PT. Refika Aditama.