



Studi Kelayakan Sebagai Langkah Awal Kesuksesan Bisnis (Studi Kasus Pada UMKM Rumah Organik)

Adinda Wulansari, Ayu Fitrianingtyas, Cindy Luthfiana Ganie, Dwi Intan Sari, Fina
Widia Wulansari, Indah Aprilia Susanti
Politeknik Negeri Jember

Alamat: Jl. Mastrip Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari,
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121

Korespondensi penulis: adindawulansari19@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine and analyze the feasibility of an Organic Banana Chips House business using business feasibility measurement aspects, namely legal aspects, market aspects, finance, engineering/operations, management, economics and social. Apart from using these aspects, measuring business feasibility also uses the Net Benefit Cost Ratio (BCR). This research uses a qualitative method with a case study approach and the data source used is the primary data source in the form of interviews with the owner of the Rumah Organik Banana Chips business. Based on the business feasibility analysis using BCR at Rumah Organik Banana Chips, a measurement result of 0.95 was obtained, which means this business is categorized as a business worth maintaining in accordance with Faradiba & Musmulyadi (2020) which states that if $BCR > 0$ then the business is worth maintaining*

Keywords: *Feasibility, Business, UMKM*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan suatu usaha Rumah Organik Keripik Pisang menggunakan aspek pengukuran kelayakan usaha yaitu aspek hukum, aspek pasar, keuangan, teknik/operasi, manajemen, ekonomi, dan sosial. Selain menggunakan aspek tersebut, dalam pengukuran kelayakan usaha juga menggunakan *Net Benefit Cost Ratio* (BCR). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan sumber data yang digunakan yaitu data primer berupa wawancara kepada pemilik usaha Rumah Organik Keripik Pisang. Berdasarkan analisis kelayakan usaha menggunakan BCR pada Rumah Organik Keripik Pisang yaitu diperoleh hasil pengukuran sebesar 0,95 yang artinya usaha ini dikategorikan sebagai usaha yang layak dipertahankan sesuai dengan Faradiba & Musmulyadi (2020) yang menyatakan bahwa jika $BCR > 0$ maka usaha layak dipertahankan.

Kata kunci: Kelayakan Usaha, Bisnis, UMKM

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis kegiatan perekonomian masyarakat yang memenuhi syarat kekayaan bersih dan beroperasi dalam skala kecil (Hamdani, 2020). Kepemilikan usaha mikro, kecil, dan menengah seringkali dilakukan oleh masyarakat atau badan usaha mandiri; untuk dapat dilaksanakan diperlukan perlindungan hukum berupa surat izin. Sesuai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tertua tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah, pelaku usaha harus memenuhi persyaratan perizinan berusaha sebagai bentuk legalitas usaha.

Dalam pelaksanaannya, Rumah Organik sesuai dengan gambaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta memenuhi persyaratan usaha berisiko rendah, artinya izin yang diperlukan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) berdasarkan ukuran perusahaan, kapasitas produksi, dan jumlah karyawan. Hal ini membedakan UMKM dengan korporasi besar. Karena UMKM mampu terus beroperasi dan menjalankan tugasnya secara efektif dalam memproduksi produk dan jasa selama krisis multifaset yang dialami perekonomian.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis kegiatan perekonomian masyarakat yang memenuhi syarat kekayaan bersih dan beroperasi dalam skala kecil (Hamdani, 2020). Kepemilikan usaha mikro, kecil, dan menengah seringkali dilakukan oleh masyarakat atau badan usaha mandiri; untuk dapat dilaksanakan diperlukan perlindungan hukum berupa surat izin. Sesuai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tertua tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah, pelaku usaha harus memenuhi persyaratan perizinan berusaha sebagai bentuk legalitas usaha.

Dalam pelaksanaannya, Rumah Organik sesuai dengan gambaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta memenuhi persyaratan usaha berisiko rendah, artinya izin yang diperlukan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) berdasarkan ukuran perusahaan, kapasitas produksi, dan jumlah karyawan. Hal ini membedakan UMKM dengan korporasi besar. Karena UMKM mampu terus beroperasi dan menjalankan tugasnya secara efektif dalam memproduksi produk dan jasa selama krisis multifaset yang dialami perekonomian

KAJIAN TEORITIS

1. Studi Kelayakan Usaha

Analisis mendalam terhadap suatu kegiatan usaha dan usaha yang akan dilakukan untuk menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan disebut studi kelayakan usaha. Tinjauan menyeluruh terhadap data dan informasi yang diperlukan untuk mengukur, menghitung, dan mengevaluasi temuan penelitian dengan menggunakan teknik tertentu juga merupakan kebutuhan untuk studi kelayakan. Di antara banyak keuntungan dari studi kelayakan ini adalah sebagai berikut:

- a. Keuntungan finansial, dengan asumsi profitabilitas perusahaan.
- b. Manfaat ekonomi nasional menunjukkan keuntungan ekonomi suatu negara secara keseluruhan.

- c. Keuntungan yang dimiliki dunia usaha bagi masyarakat setempat.

2. Tujuan Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha memiliki 5 tujuan yang menyatakan pentingnya melakukan studi kelayakan usaha, diantaranya:

- a. Mengurangi bahaya kerugian, tujuan studi kelayakan perusahaan adalah untuk mengurangi kemungkinan kerugian finansial di masa depan. Studi kelayakan sangat membantu dalam mengurangi bahaya yang tidak diinginkan.
- b. Memfasilitasi perencanaan, dengan menggunakan studi kelayakan bisnis, Anda dapat memperkirakan kejadian di masa depan dengan melakukan perencanaan menyeluruh, yang mencakup pembuatan garis waktu untuk implementasi bisnis yang mencakup pendirian perusahaan di masa depan.
- c. Untuk mempercepat pelaksanaan operasional usaha dan memungkinkan pekerjaan diselesaikan secara metodis dan sesuai rencana, maka dilakukannya studi kelayakan usaha akan memudahkan pelaksanaan pekerjaan.
- d. Mempermudah pemantauan, menjalankan bisnis yang sejalan dengan strategi akan mempermudah pengawasan.
- e. memudahkan pengendalian, artinya jika terjadi penyimpangan selama operasional bisnis dijalankan, pemantauan sepanjang proses tersebut akan mempermudah pemeliharaan pengendalian.

3. Aspek-aspek dalam Penilaian Studi Kelayakan Usaha

Tentunya setiap usaha memiliki penilaian dalam aspek-aspek studi kelayakan yang harus dilakukan secara benar dan lengkap. Aspek-aspek tersebut diantaranya:

a. Aspek Hukum

Dari struktur badan usaha hingga perizinan yang diperlukan, komponen hukum ini mengatasi masalah keaslian dan kelengkapan dokumentasi suatu korporasi, bisnis, atau badan. Karena merupakan dokumen yang mengikat secara hukum yang perlu dimiliki dan ditegakkan, maka kelengkapannya sangatlah penting. Anda bisa mengetahui dari pihak-pihak yang menerbitkan surat-surat yang dibutuhkan suatu perusahaan tentang legitimasi dan kesempurnaannya.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Setiap perusahaan yang beroperasi harus memiliki pasar yang terdefinisi dengan baik, termasuk informasi tentang ukurannya, lanskap persaingan, tren pelanggan, dan taktik yang digunakan untuk mengungguli pesaing.

c. Aspek Keuangan

Aspek keuangan adalah aspek yang mengevaluasi perekonomian dan keuangan secara umum serta berapa besar biaya yang dikeluarkan. Dalam perspektif keuangan, dijelaskan besar kecilnya investasi, biaya dan pendapatan yang diterima.

d. Aspek Teknik atau Operasi

Aspek teknis atau operasional kewirausahaan adalah aspek-aspek yang berhubungan dengan bagaimana suatu usaha dijalankan. Tujuan utama dari aspek ini yaitu membantu perusahaan berjalan dengan lancar, efisien dan efektif.

e. Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek ini perlu diperhatikan dan dinilai dari sudut pandang manajemen, dengan mempertimbangkan pemilik perusahaan (jumlah dan komposisi modal), jumlah manajer dan kualifikasinya (pengalaman dan latar belakang pendidikan), struktur organisasi dan uraian tugas, rencana bisnis yang mencakup strategi pencapaian tujuan, dan sasaran.), struktur organisasi dan uraian tugas, rencana bisnis seperti pencapaian tujuan, dan tujuan.

f. Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan

Unsur atau dampak lingkungan hidup merupakan bagian yang paling penting karena setiap operasional perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tanah, air, dan manusia. Aspek ekonomi mengukur seberapa besar dampak suatu usaha ketika dijalankan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik studi kasus yang dipadukan dengan metodologi penelitian kualitatif. Menyelidiki keadaan suatu objek di lokasi peneliti dikenal dengan penelitian kualitatif (Sugiyono, 2005). Rumah Organik Keripik Pisang yang berlokasi di Jl. Singosari Gg. III No.17, Lingkungan Sumber Pak, Kebonsari, Kec, Summersari, Kabupaten Jember, merupakan tempat penelitian ini dilakukan. Data primer digunakan sebagai sumber data, sedangkan wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data.

Teknik/Metode Analisis Data Metode

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyusunan kesimpulan. Data primer digunakan dalam pengumpulan data ini adalah temuan dari wawancara informan. Dalam penelitian ini, reduksi data adalah komponen analisis data di mana informasi terkait dipilih, dipadatkan, dan diringkas untuk memusatkan pada apa yang diperlukan. Reduksi data dapat menghasilkan gambaran yang jelas dan memudahkan penelitian bagi peneliti. Hal ini bertujuan ketika data ini disajikan, peneliti akan siap dengan data yang dikumpulkan dan didekonstruksi untuk menghasilkan pengetahuan yang relevan. Keabsahan pernyataan partisipan harus dibandingkan dengan penguatan penelitian dalam kesimpulan, dan kesimpulan harus diambil dengan cara yang relevan dengan pembahasan fokus, tujuan, dan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum

Usaha Rumah Organik Centra Industri Keripik Pisang merupakan usaha keripik pisang rumahan yang berdiri pada bulan Februari 2021 tepatnya pada saat masa pandemi Covid-19. Berawal dari usaha beras kemudian pemilik mencoba membuka usaha keripik pisang dengan mencoba membuat resep untuk mengolah pisang sampai akhirnya berhasil mendapatkan resep yang dianggap sudah sesuai dengan selera pembeli. Centra Industri Keripik Pisang ini memproduksi berbagai macam keripik pisang dengan varian rasa, seperti manis, cokelat, green tea, pedas manis, asin gurih dan balado. Selain itu usaha ini juga menyediakan keripik pisang rasa original (tawar) untuk pesanan khusus, yang kemudian diolah kembali oleh pelanggan untuk dijual kembali. Bahan baku yang digunakan yaitu jenis pisang kepok dan rojo nongko. Bahan baku tersebut diperoleh dari *supplier* langganan yang berada di Tempurejo dan Silo, dimana *supplier* mendatangkan pisang empat hari sekali, kemudian akan dilakukan proses produksi sampai dengan pemasaran Produk Centra Industri Keripik Pisang dipasarkan di berbagai *platform digital* dan *offline store*.

2. Perizinan

Perizinan usaha adalah dokumen resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah kepada suatu badan usaha untuk dapat menjalankan usahanya secara legal. Perizinan ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen, memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan membantu pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap kegiatan usaha. Undang Undang Nomor

11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja pada pasal 1 menyebutkan Perizinan Berusaha adalah legalitas yang diberikan kepada pelaku usaha memulai dan menjalankan usaha dan/atau kegiatannya. Perizinan Berusaha untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diberikan berdasarkan tingkat risiko kegiatan usaha salah satunya dalam bentuk Nomor Induk Berusaha. Nomor Induk Berusaha (NIB) pada Centra Industri Kerpik Pisang telah diterbitkan pada tanggal 30 Juni 2022 dengan Nama Pelaku Usaha adalah Murtono Prasetyawan dan Nomor Induk Berusaha (NIB): 3006220024758. Pada lampiran memuat daftar bidang usaha untuk (1) Kode KBLI 10794 dengan judul KBLI Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan sejenisnya dan (2) Kode KBLI 47249 dengan Judul KBLI Perdagangan.

3. Aspek Teknis Produksi

a. Lokasi Usaha

Rumah Organik Keripik Pisang berlokasi di Jl. Singosari Gg. III No.17 Kebonsari, Sumbersari, Jember. Tidak ada lokasi tertentu yang digunakan dalam produksi keripik pisang ini, karena usaha masih dalam proses pengembangan proses penjualannya dilakukan melalui penjualan *e-commerce*, beberapa pasar dan tempat-tempat ramai seperti Kampus Politeknik Negeri Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Universitas Negeri Jember melalui proses pesanan.

b. Penataan Tata Letak

Tata letak usaha Rumah Organik Keripik Pisang cukup sederhana dalam pengolahannya. Ruang produksi keripik pisang mulai dari pengupasan buah sampai pengemasan dilakukan dalam satu ruangan yang cukup luas, sehingga memudahkan para pegawai dalam proses produksinya. Area produksi yang cukup luas dan tempat penyimpanan bahan jadi yang cukup dekat dengan ruang produksi memudahkan para karyawan keripik pisang dalam proses pemindahan.

Bahan baku diatur dalam urutan produksi dimulai dari tempat penyimpanan buah pisang segar, ketahap pengupasan, pemotongan, pemberian warna dan penggorengan. Proses pengupasan, pemotongan, dan pewarnaan ditempatkan didekat area penggorengan untuk meminimalkan waktu proses produksi dan menciptakan alur produksi yang efisien dan terhubung. Area kebersihan seperti tempat sampah, cuci tangan, cuci bahan baku dan peralatan disediakan di area pojok produksi. Dalam upaya keselamatan para karyawannya, usaha keripik pisang ini sudah dilengkapi alat dan peralatan keselamatan seperti sarung tangan double saat melakukan pengupasan dan pemotongan. Namun kekurangannya terletak pada jalur evakuasi

darurat dan kotak pemadam kebakaran yang tidak tersedia, karena ruang produksi ini ditempatkan di belakang rumah dengan satu akses pintu masuk dan keluar yang sempit serta berpagar tinggi, yang sangat berisiko jika terjadi keadaan darurat.

c. Teknologi Yang Digunakan

Teknologi yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik pisang masih sederhana seperti peralatan masak pada umumnya akan tetapi dalam kegiatan produksi juga dibantu mesin pengiris untuk membantu mempercepat ke proses pewarnaan. Teknologi lain yang digunakan berupa handphone dalam proses pemasaran digital *e-commerce*, mesin spinner untuk meniriskan minyak, dan mesin *sealer* untuk menutup kemasan keripik pisang. Digital *e-commerce* yang digunakan usaha keripik pisang yaitu, Facebook, Google dan Shopee.

d. Volume Produksi

Volume produksi Rumah Organik Keripik Pisang sangat bervariasi tergantung pada penjualan dan pemesanan pada hari itu. Bahan baku yang diproduksi per hari mencapai 100 sisir pisang dengan menghasilkan produk jadi sebanyak 50 kg keripik. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume produksi meliputi ketersediaan bahan baku, permintaan pesanan, dan kapasitas sumber daya manusia atau karyawan yang memproduksi. Dengan pertumbuhan usaha dan strategi produksi serta pemasaran yang efektif, volume produksi keripik pisang dapat terus meningkat seiring berjalannya waktu.

e. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan baku keripik pisang ini adalah pisang yang terdiri dari jenis pisang kepok dan rojo nongko, akan tetapi dalam prosesnya juga melibatkan bahan penolong gula, garam, pewarna makanan, dan selai berbagai rasa sebagai varian keripik pisang. Semua bahan yang digunakan ditakar sesuai dengan resep temuan pemilik hingga menciptakan rasa yang lezat dan enak. Sebelum proses pengemasan dilakukan proses pengecekan dan sortir pemilihan produk jadi yang berkualitas, lalu produk dikemas dengan bahan kemasan yang tebal dan dibantu mesin sealer demi menjaga kualitas produk tetap dalam keadaan baik. Dengan penerapan standar kualitas pada proses produksi keripik pisang yang baik akan memenuhi harapan konsumen dan perkembangan usaha akan semakin maju.

f. Tenaga Kerja

Tenaga kerja atau karyawan pada Rumah Organik Keripik Pisang ini terdiri dari empat orang. Empat orang ini dibagi beberapa bagian proses produksi mulai dari bagian pengupasan

buah pisang, pemotongan, pewarnaan, penggorengan, pemberian varian rasa dan pengemasan. Karyawan pada usaha ini sudah melalui proses *training* sebelum dipekerjakan, sehingga sudah mahir dalam proses produksi serta menjaga kualitas produk yang ditetapkan pemilik.

4. Aspek Pemasaran

a. Aspek Pasar

Pemeriksaan terhadap produk pesaing dan permintaan pelanggan disebut aspek pasar. Setiap perusahaan yang beroperasi harus memiliki pasar yang pasti, mulai dari keberadaan pasar hingga taktik yang digunakan untuk mengungguli pesaing di industri tersebut. Pasar nyata dan pasar proyeksi terdiri dari dua kategori yang membentuk elemen pasar bisnis. Sekelompok pelanggan yang tertarik pada suatu produk, mampu membelinya, dan memiliki akses terhadap produk tersebut membentuk pasar yang sebenarnya. Sekelompok pelanggan yang tertarik pada suatu produk tetapi tidak memiliki akses terhadap produk tersebut dan dana yang diperlukan disebut potensi pasar. Pasar eceran, toko sekitar, pedagang grosir, sekolah, dan beberapa institusi di Kabupaten Jember sebenarnya menjadi target pasar Keripik Pisang Organik Rumah. Bisnis ini sering melakukan pemesanan melalui pasar yang ditawarkan. Melanjutkan pemetaan area atau pemetaan pasar penjualan ke pasar ritel baru, toko desain baru, dan grosir dengan bantuan internet marketing merupakan komponen pasar prospektif bagi perusahaan produk keripik pisang ini.

b. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran adalah strategi pemasaran yang dilakukan setelah usaha produksi sudah berjalan dan memungkinkan untuk melakukan penjualan.

- 1) Membuat produk sendiri dan penawaran produk Keripik Pisang Rumah Organik memiliki produk dengan harga ekonomis dan mempunyai berbagai varian rasa. Produk usaha ini memiliki bahan baku pisang yang berkualitas dan pengemasan produk yang baik. Proses produksi dilakukan dengan baik dan pembuatan rasa khas pada keripik pisang ini sudah melalui uji kualitas rasa dan keinginan konsumen. Penawaran produk dimulai dari melakukan pemetaan area dan toko-toko Jember terdekat yang kemudian melakukan kerja sama dalam penjualan produk.
- 2) Penggunaan teknologi untuk pemasaran Rumah Organik Keripik Pisang memanfaatkan berbagai media sosial dan *platform* media online yang ada untuk penjualan dan pemasaran produk-produknya. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, Shoope, Lazada, dan Web google yang sudah didesain menarik serta sudah melakukan pengiklanan usaha.

5. Aspek Manajemen

Pemilik usaha (jumlah dan komposisi modal), pengelola usaha (jumlah dan kualifikasi, pendidikan dan pengalaman), struktur organisasi dan uraian jabatan, serta rencana kerja yang mencakup pencapaian target, sasaran, dan sasaran merupakan beberapa hal yang perlu diselidiki dan dievaluasi dalam aspek manajemen. Selain itu, komponen manajemen berkonsentrasi pada analisis pada fase penempatan tenaga kerja, praktik perekrutan, produktivitas di tempat kerja, inisiatif pelatihan dan pengembangan, serta keselamatan dan kesehatan kerja (Faradiba & Musmulyadi, 2020). Pada usaha Rumah Organik Keripik Pisang proses perekrutan tenaga kerja tidak menetapkan standar khusus karena proses operasional hanya membutuhkan tenaga kerja yang terampil dan terlatih di bidangnya. Tenaga kerja pada usaha ini berjumlah 4 orang yang berstatus ibu rumah tangga di sekitar tempat usaha dengan jumlah gaji pokok sebesar Rp 42.000/orang/hari. Usaha ini melakukan proses produksi setiap hari, akan tetapi tenaga kerja diberi waktu satu hari untuk cuti

Struktur organisasi pada usaha Rumah Organik Keripik Pisang bersifat sederhana, yaitu pemilik usaha dan karyawan atau tenaga kerja. Tenaga kerja diharuskan memiliki kemampuan dalam menunjang proses produksi, mulai dari mengupas pisang sampai dengan pengemasan. Akan tetapi, tenaga kerja yang belum memiliki kemampuan tersebut akan menjalani masa pelatihan dan tidak diperkenankan untuk melakukan proses produksi yang butuh keterampilan khusus seperti penggorengan dan pengirisan.

6. Aspek Keuangan

Dalam mengevaluasi total keuangan, komponen keuangan dipertimbangkan, beserta pengeluaran yang akan dikeluarkan dan besarnya pembiayaan. Aspek-aspek seperti jumlah yang diinvestasikan, biaya yang dikeluarkan, dan uang yang diterima harus dijelaskan secara finansial. Proses penilaian investasi dapat dimulai pada saat perusahaan menghasilkan laporan keuangan. Laporan-laporan ini biasanya mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Jumlah dan jenis aset;
- b. Jenis dan jumlah kewajiban
- c. Hasil usaha yang dibuktikan dengan sumber dan jumlah pendapatan
- d. Biaya total
- e. Perubahan kewajiban, modal, dan aset
- f. Berdasarkan hasil laporan keuangan, kinerja manajemen ditampilkan.

Analisis keuangan juga digunakan, menurut Winanda dkk. (2021), untuk menilai kelayakan usaha yang akan dijalankan Rumah Organik Keripik Pisang. Ini termasuk:

a. Kebutuhan Modal dan Identifikasi

Kebutuhan modal pada awal pendirian usaha digunakan untuk membeli peralatan, kebutuhan operasional dan kebutuhan pemasaran sebagai berikut:

Kebutuhan & Peralatan	Harga (Rupiah)
Web dan Konsultan IT	1.500.000
Iklan	500.000
1 Set Kompor	1.500.000
<i>Sealer</i>	300.000
Mesin iris	8.000.000
<i>Spinner</i>	2.300.000

b. Sumber Modal

Sumber modal berasal dari modal pribadi pemilik usaha berkisar Rp 15.000.000, seluruh modal digunakan untuk membiayai semua keperluan usaha, baik biaya pembelian bahan baku maupun biaya operasional.

Safitri, dkk (2023) menjelaskan bahwa untuk dapat mengetahui suatu usaha layak atau tidak usaha dianalisis menggunakan analisis biaya, penerimaan, dan pendapatan. Berikut analisis biaya, penerimaan, dan pendapatan pada Rumah Organik Keripik Pisang:

1. Biaya Total

Merupakan total dari biaya variabel dan biaya tetap, besarnya biaya total dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Biaya total (Rupiah)

FC = Biaya tetap (Rupiah)

VC = Biaya Variabel (Rupiah)

Biaya tetap pada usaha Rumah Organik Keripik Pisang terdiri dari:

Biaya Tetap	Total (Rupiah)
Gaji karyawan	4.368.000
Biaya kebersihan	228.000
Biaya iklan	500.000

Biaya variabel pada usaha Rumah Organik Keripik Pisang terdiri dari:

Biaya Variabel	Total (Rupiah)
Biaya Bahan Baku	28.800.000
Biaya Bahan Penolong	2.946.000
Biaya Listrik	35.000
Biaya Gas	520.000

Berdasarkan uraian diatas maka total biaya yang dikeluarkan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

$$TC = Rp 5.096.000 + Rp 32.301.000 = Rp 37.397.000$$

2. Total Penerimaan

Merupakan seluruh hasil dari penjualan produk yang dihasilkan dari usaha, besarnya penerimaan total dapat diketahui menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = Y \times Py$$

Keterangan:

TR = Penerimaan total (Rupiah)

Y = Jumlah produksi (Kilogram)

Py = Harga produk y (Rupiah)

Total produksi yang dihasilkan pada usaha Rumah Organik Pisang setiap harinya adalah 80 bal (kemasan bal), dengan harga per bal Rp 17.000. sehingga diperoleh total penerimaan sebagai berikut:

$$TR = Y \times Py$$

$$TR = 80 \text{ bal} \times Rp 17.000$$

TR = Rp 1.360.000/ hari

Apabila di sebulankan maka diperoleh total penerimaan sebesar Rp. 35.360.000. Hasil dari analisis tersebut dapat digunakan untuk mengukur *Net Benefit Cost Ratio* (BCR).

➤ *Net Benefit Cost Ratio* (BCR)

Merupakan angka perbandingan antara *present value* dari *net benefit* positif dengan *present value* dari *net benefit* negatif. Jika $B/C > 0$ maka usaha layak digunakan dan sebaliknya. Menurut Faradiba & Musmulyadi (2020) yang menyatakan bahwa jika $BCR > 0$ maka usaha layak digunakan atau dipertahankan dengan rumus sebagai berikut:

$BCR = TR/TC$

$BCR = Rp\ 35.360.000/Rp\ 37.397.000$

$BCR = 0,95$

Keterangan:

TR = Total Revenue

TC = Total Cost

Berdasarkan perhitungan di atas hasil yang diperoleh sebesar 0,95 maka usaha ini layak dipertahankan karena rasio $BCR > 0$ sesuai dengan Faradiba & Musmulyadi (2020). Meskipun layak digunakan atau dipertahankan, tidak menutup kemungkinan bahwa adanya evaluasi kegiatan produksi dan penjualan agar usaha lebih maksimal dalam memperoleh laba.

7. Aspek Ekonomi Sosial dan Lingkungan

a. Aspek Ekonomi dan Sosial

Para ekonom melihat seberapa besar dampak bisnis terhadap cara operasionalnya. Perekonomian secara keseluruhan dan masyarakat pada umumnya menjadi sasaran utama pengaruh ini. Lingkungan sekitar akan mendapatkan keuntungan dari peluncuran bisnis dan lapangan kerja baru, serta peningkatan pendapatan bagi penduduk lokal yang bekerja di toko keripik pisang organik. Empat pekerja yang semuanya berasal dari lingkungan sekitar toko keripik pisang organik bekerja di sana.

b. Aspek Lingkungan

Faktor yang paling krusial adalah dampak lingkungan, yaitu seluruh operasional perusahaan mempunyai dampak signifikan terhadap tanah, udara, dan kesehatan manusia. Lingkungan fisik, termasuk flora dan satwa liar setempat, akan terkena dampak pendirian perusahaan. Sampah kulit pisang dibuat di rumah organik ini dan biasanya dijual oleh pemilik perusahaan kepada penduduk setempat untuk digunakan sebagai pakan ternak

KESIMPULAN DAN SARAN

Rumah Organik Keripik Pisang merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan keripik pisang. Usaha Rumah Organik merupakan usaha yang bergerak di bidang manufaktur. Dimana bahan baku pisang yang masih mengkal diolah hingga menjadi keripik yang siap untuk dijual. Rumah Organik keripik pisang ini termasuk badan usaha perseorangan karena pemilik menangani seluruh kegiatan usahanya mulai dari urusan produksi, keuangan, pemasaran dan kegiatan usaha lainnya. Analisis kelayakan usaha pada Rumah Organik Keripik Pisang diukur menggunakan *Net Benefit Cost Ratio* (BCR) dengan hasil perhitungan diperoleh sebesar 0,95. Sehingga usaha ini dikategorikan sebagai usaha yang layak dipertahankan karena rasio $BCR > 0$ sesuai dengan Faradiba & Musmulyadi (2020). Meskipun layak digunakan atau dipertahankan, tidak menutup kemungkinan bahwa adanya evaluasi kegiatan produksi dan penjualan agar usaha lebih maksimal dalam memperoleh laba.

Saran yang dapat diberikan yaitu UMKM Rumah Organik diharapkan lebih baik lagi dalam manajemen produksi kripik dan penjualan, agar perputaran modal dapat memenuhi setiap kegiatan produksi yang akan dilakukan. Selain itu perlunya penguatan sistem penjualan agar meminimalisir terjadinya kerugian karena produk yang tidak habis dijual.

DAFTAR REFERENSI

- A, dkk. (2021). STUDI KELAYAKAN BISNIS. BANDUNG: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Adelia, S. &. (2021). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS TRUVEIL.ID HIJAB AND ACCESORIES PADA UMKM. *Economics and Sustainable Development*, Vol 6 No 2.
- Desi, E. &. (2023). Studi Kelayakan UMKM : Potret Analisis Bisnis Keripik Sale Pisang di Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, Vol. 19, No. 2.

Hamdani. (2020). MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Musmulyadi, B. &. (2020). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA WARALABA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ALPOKATKOCOK_DOUBIG” DI MAKASSAR. PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan.

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2021. (n.d.).

Tri, R. (2020). ANALISIS KELAYAKAN USAHA MENGGUNAKAN METODE BREAK EVEN POINT (BEP) PADA STUDI KASUS CV. HARMONI UNGGAS . Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri) , Vol. 3 No. 1.