

## ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA PEYEK MA'PUN DESA SANGUBANYU

**Titik Suhartini, S.Pd., M.Si**

*Adminitrasi Bisnis Politeknik Sawungalih Aji*

*Jl. Wismoaji no. 08 Kutoarjo, Purworejo*

*Email : [lutfysuhartini@gmail.com](mailto:lutfysuhartini@gmail.com)*

### ABSTRACT

The Ma'Pun bean project business is a business that processes peanut raw materials into new products that have a higher value, can provide added value because costs are incurred so that new prices are formed which are higher and profits are greater than without going through the processing process.

This study aims to find out whether the Ma'Pun project business is feasible to develop. This research used a case study method on the Ma'Pun peanut project in Sangubanyu Village, Grabag District, Purworejo Regency. Furthermore, this research was analyzed descriptively qualitatively and quantitatively. The data collection techniques of this research include observation, documentation, and interviews.

The research results show that: (1). The peanut project business profile was established in 2021 until now, the peanut project business scale is the micro-medium scale, the source of capital comes from own capital. (2) Analysis of the non-financial feasibility of the peanut shell business, namely marketing aspects, technical aspects, environmental aspects and legal aspects, is feasible to run because it already has a complete licensing PIRT No 2053306010400-28, (3) Analysis of financial feasibility NPV of IDR 163,361, 98 NPV > 0, the IRR is 380% with an interest rate of 10%, the Net B/C value is 1.50 > 1, and the payback period for investment is 3 months 9 days.

*Keywords : Peyek Ma'Pun "Studi Kelayakan Bisnis"*

### 1. Pendahuluan

#### Latar Belakang

Perkembangan industri kecil atau industri rumah tangga berdampak positif terhadap terbukanya lapangan kerja, kesempatan berusaha serta dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan industri kecil atau rumah tangga tidak lepas dari

berbagai macam masalah yang menyertainya, ada beberapa masalah yang dihadapi oleh industri kecil atau rumah tangga seperti keterbatasan modal kerja atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi,

keterbatasan sumber daya manusia yang baik (manajemen dan teknik produksi), kesulitan memperoleh informasi pasar, dan kesulitan dalam pemasaran. Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan adalah bisnis di bidang makanan. Banyak pelaku usaha yang mampu mengolah berbagai macam makanan yang dikonsumsi banyak orang.

### Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana kelayakan usaha Peyek Ma'pun untuk usaha dalam jangka panjang ?
2. Bagaimana cara mempertahankan usaha kecil di atas gempuran persaingan yang ketat ?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari Laporan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai bagaimana Kelayakan Pengembangan Usaha Peyek Ma'pun.
2. Untuk mengetahui cara mempertahankan usaha kecil di atas gempuran persaingan yang ketat.

### Metode Penelitian

#### Jenis Data

Jenis data dalam Laporan Tugas Akhir ini menggunakan data penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, jenis data yang dipakai adalah data kualitatif berupa kegiatan yang dilakukan dalam proses pembuatan, pengemasan, hingga pemasaran. Tempat observasi berada di rumah produkai Peyek

Ma'Pun. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa laporan keuangan dan penetapan harga pokok produksi.

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Berupa hasil wawancara kepada konsumen mengenai rasa dari Peyek Ma'Pundan dokumentasi.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah penelitian terdahulu sebagai pembandingan dan tambahan referensi dalam melakukan analisis dan pembahasan penelitian.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini ada 3 teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi  
Dengan hal ini, penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung obyek penelitian yang ada pada kelayakan pengembangan usaha Peyek Ma'Pun sendiri.
2. Wawancara  
Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara bertatap muka langsung kepada pembeli atau konsumen.
3. Dokumentasi  
Teknik dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mendokumentasikan setiap kegiatan dalam pembuatan, pemilihan, serta pemasaran produk Peyek Ma'Pun.

**Kajian Teori****Landasan Teori**

Landasan teori yang d

**Pemasaran dan Manajemen**

Menurut Tjiptono (2014:2), Manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

**Strategi Pemasaran**

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:193) mengemukakan bahwa, Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

**Bauran Pemasaran**

Menurut Suharno dan Yudi Sutarso (2010:27), Bauran pemasaran adalah kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran, bauran pemasaran di buat dalam satuan unit segmen pasar sehingga masing-masing segmen memerlukan bauran pemasaran yang berbeda.

**Segmentasi**

Tri Weda Raharjo (2019-45), segmen pasar adalah sub kelompok orang-orang atau organisasi yang memiliki satu atau lebih karakteristik yang sama menyebabkan mereka memiliki produk yang serupa.

**Positioning**

Menurut Hasan (2013:395) *positioning* merupakan upaya untuk membentuk citra sebuah produk muncul dalam kaitannya dengan

produk lain dipasar atau diposisikan terhadap merek bersaing dalam persepsi konsumen.

**Target**

Menurut Ginting Hartinbul (2011-231), Pengertian dari *targetting* itu sendiri merupakan sebuah sasaran, siapa yang dituju. Dalam menentukan target maka dilakukan beberapa survey untuk dapat mengetahui keadaan pasar nantinya, agar ketika proses pemasaran tidak salah pemasaran.

**Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Sulasih, dkk (2021:5) studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak tidaknya usaha tersebut untuk dijalankan.

**UMKM**

Menurut pasal 1 Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

**2. Pembahasan****Manajemen Pemasaran Peyek****Ma'pun**

Strategi pemasaran Peyek Ma'Pun yang pertama dengan cara memanfaatkan teknologi digital di beberapa *platform* yang memiliki banyak fitur untuk mempermudah pemasara. Peyek Ma'Pun beralih ke sosial media seperti Instagram, Facebook, Whatsapp untuk promosi. Kedua, strategi pemasaran dilakukan dengan menitipkan ke beberapa warung disekitar lingkungan rumah. Ketiga, dengan menjual langsung

Puskesmas Grabag, ketika *event* senam pagi.

**Segmentasi Pasar Peyek Ma’pun Gepgrafis**

Peyek Ma’Pun menggunakan segmen ini untuk menyusur pasar di seluruh wilayah. Daerah yang menjadi sasaran pemasaran Peyek Ma’Pun disekitar Sangubanyu, Dukuh Dungus, dan area Grabag. Adapun beberapa toko atau warung yang menjadi mitra adalah warung Kati, dan Toko Yanto.

**Demografis**

Peyek Ma’Pun menggunakan segmen ini untuk menyusur anak-anak muda pengguna aktif media sosial dan masyarakat umum baik perempuan maupun laki-laki dengan usia produktif. Peyek Ma’Pun lebih difokuskan pada pemasaran melalui media sosial dan *direct selling*.

**Targetting Peyek Ma’pun**

Dalam mebidik target pasar, Pyek Ma’Pun menentukan kalangan masyarakat yang biasanya memesan produk denga mempertimbangkan jumlah pemesanan dan perhitungan harga pokok produksi, apabila semakin banyak kuantitas produk maka dapat diketahui pasar atau pelanggan mana yang terlebih dahulu dilayani. Seperti memasarkan dipergumpulan ibu-ibu dalam kegiatan senam pagi.

**Bauran Pemasaran Pyek Ma’pun Produk**

Produk meliputi 3 aspek yaitu merek, kemasan, dan labelling. Pada Peyek Ma’Pun sendiri pelaku usaha memilih merek Ma’Pun berdasarkan kemudahan dalam pelafalan. Pemberian warna dasar kuning

memberi kesan cerah dan terlihat menarik.

Kemasan merupakan wadah pembungkus suatu produk. Pada Peyek Ma’Pun, kemasan yang digunakan berupa plastik tebal berukuran 15x25 cm.

*Labelling* pada Peyek Ma’pun tertera merek dagang, nomor PIRT, netto atau berat bersih, masa bertahan produk atau *expired*, komposisi, dan lain-lain. Pada Peyek Ma’Pun, *labelling* tidak hanya berguna sebagai penanda informasi suatu produk, namun untuk mempercantik kemasan plastik agar menarik dan tidak membosankan.

**Harga**

Dalam menetapkan harga, Peyek Ma’Pun telah berupaya untuk menerapkan harga yang sesuai dengan pasaran. Hal tersebut bertujuan agar produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Harga yang terjangkau tidak akan memberatkan semua kalangan.

**Tabel 1.** Harga Pokok Penjualan

Persediaan Awal Barang Dagangan			Rp30.000
Pembelian		Rp150.000	
Bahan Angkut Pembelian			
		Rp150.000	
Retur Pembelian			
Potongan Pembelian			
		Rp150.000	
Jumlah Pembelian Bersih			Rp150.000
Barang Tersedia untuk Dijual			Rp180.000
Persediaan Akhir Barang Dagangan			Rp32.000
Harga Pokok Penjualan			Rp148.000

**Tabel 2.** Uraian HPP

No.	Keterangan	Perbulan	Pertahun
1	Beli Bahan Baku	Rp 251.600	Rp 3.019.200
2	Biaya Listrik + Gas	Rp 50.000	Rp 600.000
3	Biaya Gaji	Rp 100.000	Rp 1.200.000
4	Biaya Lain-lain	Rp 40.000	Rp 480.000
5	Biaya Penyusutan	Rp 25.639	Rp 307.668
<b>Total</b>		<b>Rp 467.239</b>	<b>Rp 5.606.868</b>

*HPP Total Perbulan*  
\_\_\_\_\_

*jumlah produksi satu bulan*

$$\text{HPP} = \frac{467.239}{128}$$

$$= \text{Rp } 3.650,00$$

Maka harga produk Peyek Ma’Pun ditambah persentase laba yang diharapkan dalah :

Harga pokok penjualan + (35% x Harga Pokok Penjualan)

$$\text{Rp } 3.650 + (35\% \times 3.650) = \text{Rp } 5.475$$

Dibulatkan menjadi Rp 5.500

Jadi harga pokok penjualan pada usaha Peyek Ma’Pun seharga Rp 5.500.

Adapun harga jual yang ditetapkan oleh Peyek Ma’Pun seharga Rp5.500 per kemasan dan untuk laba per kemasan Rp1.826 Jika laba per 100 kemasan sebesar Rp524.000 maka laba 1 bulan adalah 25 hari x Rp524.000 : Rp13.100.000.

**Tempat (Place) Peyek Ma’pun**

Peyek Ma’Pun mempunyai tempat untuk memasarkan produk yaitu, tempat produksi Sangu Snack, lokasi produksi berada di Nampu Lor RT 02 RW 04, Sangubanyu, Grabag, Purworejo.

**Promosi Peyek Ma’pun**

**Periklanan**

Periklanan pada produk Peyek Ma’Pun dilakukan melau media

sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

**Promosi Penjualan**

Promosi penjualan dilakukan untuk mendorong proses penjualan agar maksimal. Dalam hal ini Peyek Ma’Pun melakukan promosi penjualan dalam berbagai bentuk seperti :

- a. Diskon
- b. Gratis biaya pengiriman
- c. Personal selling
- d. Direct Selling
- e. Public relations

**Proses (Process)**

Dalam melakukan penawaran produk Peyek Ma’Pun, pelaku usaha berusaha mempromosikan melalui via online agar proses pembelian lebih mudah. Bahkan juga bisa diantar sampai tujuan atau COD (Cash On Delivery).

**Pengelolaan Keuangan**

**Laporan Laba Rugi**

Laporan keuangan laba rugi diharapkan bisa memberi informasi yang berkaitan dengan tingkat keuntungan, resiko, fleksibilitas keuangan, dan kemampuan operasional perusahaan.

**Tabel 3.** Laporan Laba Rugi

	Rp
<b>PENDAPATAN</b>	
Penjualan Barang	Rp 704.000
<b>HARGA POKOK PENJUALAN</b>	
Harga Pokok Penjualan	Rp 180.000
<b>Laba Kotor</b>	<b>Rp 524.000</b>

### Laporan Arus Kas

Laporan arus kas ini dapat memberikan informasi yang memungkinkan para pemakai untuk mengevaluasi perubahan dalam aktiva bersih perusahaan, struktur keuangan (termasuk likuiditas dan solvabilitas), serta kemampuan untuk mempengaruhi jumlah serta waktu arus kas dalam rangka adaptasi dengan perubahan keadaan dan peluang.

**Tabel 4.** Laporan Arus Kas

Arus Kas Masuk		
Pelunasan Piutang Dagang	247.500	
Penjualan Tunai	456.500	
Total Kas Masuk		704.000
Arus Kas Keluar		
Pelunasan Utang Dagang		
Persediaan Tunai	100.000	
Total Kas Keluar		100.000
Arus Kas Berih		604.000

### Studi Kelayakan Bisnis Peyek Ma'Pun

#### Aspek hukum

Kelengkapan dokumen terkait dengan aspek hukum sangat diperlukan sebagai dasar hukum apabila terjadi masalah di kemudian hari. Untuk itu pelaku usaha wajib memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dimana identitas pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-

undangan. Produk Peyek Ma'Pun juga telah menerima NIB (Nomor Induk Berusaha) dengan No. NIB: 0512220010976.

SPP-IRT adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati Walikota melalui Dinas Kesehatan terhadap pangan hasil produksi Industri Rumah Tangga yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu dalam rangka produksi dan peredaran produk pangan. Pada Peyek Ma'pun sudah memiliki No P-IRT yaitu 2053306010400-28.

### Aspek Keuangan

**Tabel 5.** Total biaya produksi

No	Uraian	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Total Biaya Tetap	25.639
2	Total Biaya Variabel	281.600
<b>Jumlah</b>		307.239

Total biaya yang produksi peyek Ma'Pun secara keseluruhan diperoleh dari penjumlahan total biaya tetap dan total biaya variabel. Dalam hal ini total biaya produksi adalah Rp307.239 per bulannya.

### Keuntungan

**Tabel 6.** Analisis Keuntungan

No	Uraian	Jumlah (Bulan)
1	Total Penerimaan	704.000
2	Total Biaya Variabel	281.600
<b>Jumlah</b>		422.400

Perhitungan

Net B/C

$$\text{Ratio} = \frac{\text{hasil keuntungan}}{\text{total biaya variabel}}$$

$$\text{Net B/C Ratio} = \frac{442.400}{281.600}$$

Net B/C Ratio = 1,5

Hasil perhitungan B/C ratio menunjukkan bahwa setiap biaya produksi Rp 100, akan memberikan keuntungan sebesar Rp150, hal ini menunjukkan bahwa usaha Peyek Ma'Pun dapat menguntungkan karena B/C ratio lebih besar daripada 0.

**Tabel 7.** Hasil analisis kriteria investasi Peyek Ma'pun

Kriteria Investasi	Nilai
NPV	Rp163.361,98
Net B/C	1,5
IRR	208%
PBP	3 bulan 9 hari
BEP per satuan	9 unit
BEP rupiah	Rp25.639

Jadi kesimpulan dari tabel diatas bahwa hasil perhitungan analisis kriteria investasi Peyek Ma'Pun ini layak dikembangkan karena sudah memenuhi kriteria investasi sebagai berikut:

1. Nilai NPV pada kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun ini adalah Rp163.361,98. Nilai ini menunjukkan keuntungan yang akan diperoleh tahun dengan tingkat suku bunga 10%. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha layak dijalankan karena NPV yang dihasilkan lebih dari nol ( $NPV > 0$ ).

2. Nilai Net B/C pada tabel tersebut menggambarkan kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun senilai 1,5 karena setiap biaya produksi Rp 100 akan memberikan keuntungan sebesar Rp150. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Peyek Ma'Pun dapat menguntungkan karena nilai B/C ratio lebih besar dari pada 0.
3. Nilai IRR pada kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun adalah 280% Angka ini lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 10% yang berarti modal yang ditanamkan dalam usaha akan mempunyai tingkat pengembalian yang lebih menguntungkan. Dari segi IRR usaha pengembangan ini juga cukup layak dilaksanakan.
4. Jangka waktu pengembalian modal Peyek Ma'Pun relatif singkat Pay Back Period (PBP) yaitu 3 bulan 9 hari.
5. BEP satuan Peyek Ma'Pun adalah 9 unit Artinya, untuk mendapatkan laba sesuai target, Peyek Ma'Pun harus mampu

### 3. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Produk (*Product*) yaitu produk yang ditawarkan berupa makanan ringan seperti rempeyek. Ciri khas dari Peyek Ma'Pun adalah penambahan daun jeruk yang memberikan cita rasa yang tidak membosankan.
2. Harga (*Price*) harga yang ditawarkan dalam semua produk tersebut sangat terjangkau.
3. Nilai NPV pada kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun ini adalah Rp163.361,98. Nilai ini

menunjukkan keuntungan yang akan diperoleh tahun dengan tingkat suku bunga 10%. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha layak dijalankan karena NPV yang dihasilkan lebih dari nol ( $NPV > 0$ ).

4. Nilai Net B/C pada tabel tersebut menggambarkan kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun senilai 1,5 karena setiap biaya produksi Rp 100 akan memberikan keuntungan sebesar Rp150. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Peyek Ma'Pun dapat menguntungkan karena nilai B/C ratio lebih besar dari pada 0.
5. Nilai IRR pada kelayakan bisnis Peyek Ma'Pun adalah 280% Angka ini lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 10% yang berarti modal yang ditanamkan dalam usaha akan mempunyai tingkat pengembalian yang lebih menguntungkan. Dari segi IRR usaha pengembangan ini juga cukup layak dilaksanakan.
6. Jangka waktu pengembalian modal Peyek Ma'Pun relatif singkat Pay Back Period (PBP) yaitu 3 bulan 9 hari.

#### Daftar Pustaka

- Ali, Hasan . (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung
- Bastian Bustami & Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya*. Edisi 4. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Damo & Liana Dwi Muasyaroh. (2020). *Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Vs Variable Costing Pada Produksi Sambel Pecel*.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera: Bandung
- Effendi Nur.(2022). *Strategi pemasaran*. PT Global Eksekutif Teknologi. Padang
- Farida Jafar. (2015). *Manajemen Jasa*. Ghalia Indonesia: Bogor
- Feri, S. O. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Hotel Menginap Di Hotel Karmila Bandung* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. UPP STIM YKPN: Yogyakarta
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Maryati.(2020). *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*. CV Syntax Computama. Cirebon
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Raharjo, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan*

- Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Rika Ampuh Hadiguna. (2009). *Manajemen Pabrik: Pendekatan System Untuk Efisiensi Dan Efektivitas*. Bumi Aksara: Jakarta
- Santoso, Teguh. (2012). *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Oryza: Jakarta Selatan.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Jember
- Sugiyono (2018). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung
- Suharno & Yudi Sutarso. (2015). *Marketing in Practice*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Supriyati. (2016). *Audit Laporan Keuangan Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Akuntansi dan Perpajakan*. Andi Offset: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-2. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Udik Jatmiko.(2021). *Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Melalui Alokasi Dana Desa*. NEM:Jakarta
- Zulchi. Try. Husni. 2017. *Keragaman Morfologi dan Kandungan Protein Kacang Tanah (Arachis hypogea L)*. Bul.Plasma Nutfah.