

## Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang

**Dony Yanuar**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

**Abstract:** *This study analyzes the aspects of market, marketing, and finance of the small business of traditional snack industries. Analysis on these aspects is required in order to determine the feasibility of business development of small business of traditional Bangka snack industries.*

*This study uses quantitative and qualitative analysis to analyze aspects of market, marketing and finance. For the market aspects, there are analyses of demand, supply and market forms. For the marketing aspects, there are analyses of market segmentation, target market, market positioning, SWOT analysis, competitor and marketing mix, while for the financial aspect there are analyses of Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period, Profitability Index (PI) .*

**Keywords:** *Bangka snack industries, Aspect of Market, Marketing and Finance.*

### LATAR BELAKANG

UKM merupakan salah satu sumber penerimaan keuangan bagi suatu negara. Di Indonesia UKM diharapkan mampu berperan untuk meningkatkan penerimaan Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Keberadaan UKM sangat penting bagi perkembangan ekonomi di Indonesia karena menyumbangkan 60% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan mampu menyerap 97% tenaga kerja. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UKM di Indonesia pada tahun 2012 mencapai 55,2 juta, dengan kemampuan menyerap 621.426 orang tenaga kerja atau sebesar 97% dari total tenaga kerja. Di Bangka Belitung UKM menyumbangkan PDRB Babel sampai dengan 71,64%. Berikut disampaikan data tingkat pertumbuhan UKM di Babel.

**Tabel I.1.**  
**Tingkat Pertumbuhan UKM Di Bangka-Belitung Tahun 2008 - 2012**

TAHUN	JUMLAH UKM	TINGKAT PERTUMBUHAN UKM
2007	234.541 unit	
2008	241.345 unit	2,90%
2009	248.585 unit	3,00%
2010	264.808 unit	6,53%
2011	296.788 unit	2,07%
2012	306.906 unit	3,21%

Sumber : BAPEDA Prop Babel, 2013

Bangka Belitung adalah provinsi yang didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2000 yang terdiri dari Kabupaten Bangka, Kabupaten

Belitung dan Kota Pangkalpinang. Pada tahun 2003 berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2003 tanggal 23 Januari 2003 dilakukan pemekaran wilayah dengan penambahan 4 kabupaten yaitu Bangka Barat, Bangka Tengah, Bangka Selatan dan Belitung Timur. Perekonomian di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dahulunya hanya ditopang oleh sektor pertambangan, mengingat tambang merupakan sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui dan akan habis, maka pemerintah mulai mengembangkan sektor lainnya untuk dijadikan sektor unggulan. Salah satunya dibidang pariwisata, dengan bermodalkan tempat-tempat wisata pantai yang menarik pemerintah mulai mengembangkan potensi pariwisata di Bangka Belitung. Perkembangan potensi wisata di Bangka Belitung berdampak positif sehingga semakin banyaknya kunjungan wisatawan yang datang ke Bangka Belitung, maka sektor yang mendukung pariwisata pun semakin berkembang diantaranya usaha kuliner Bangka, souvenir dan usaha makanan oleh-oleh.

Banyaknyaperusahaan UKM yang bergerak dalam bidang penjualan makanan oleh-oleh khas Bangka dilatar belakangi oleh perkembangnya pariwisata Bangka Belitung yang cukup pesat, sehingga membuka peluang bisnis dalam penjualan makanan oleh-oleh khas Bangka yang dilirik oleh pemilik perusahaan. berdasarkan hasil survei dalam pra penelitian yang telah dilakukan, omset UKM pada sector ini bisa dikatakan cukup besar, dimana jumlahnya berkisar antara Rp.35.000.000,00 sampai Rp. 50.000.000,00 perbulan dan akan mengalami peningkatan yang signifikan pada saat liburan ataupun hari raya besar.

Melihat perkembangan industry pariwisata di propinsiiniyang bagus, maka UKM-UKM berencana akan melakukan pengembangan usaha yakni dengan cara pendirian cabang baru. Pendirian cabang baru ini bertujuan untuk melakukan perluasan usaha agar konsumen lebih mudah dalam mencari barang-barang yang mereka inginkan. Dalam perencanaan pendirian cabangbaru, lokasi yang dipilih pemilik usaha tersebut terletak di jalan Koba Pangkalpinang Bangka, pemilihan lokasi tersebut dilatar belakangi dengan semakin berkembangnya daerah tersebut.

Untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu bisnis, maka perlu dilakukan Study Kelayakan Bisnis. Dalam melakukan kajian perlu dilakukan penilaian dari aspek-aspek yang mendukung layak atau tidak layaknya, seperti aspek pasar, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi, aspek hukum, serta aspek manfaat bagi perekonomian. Penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Umar, 2009:8).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan Pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang".

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang perlu dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanan khas bangka dilihat dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanankhasbangka dilihat dari aspek pemasaran?
3. Bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanankhasbangka dilihat dari aspek keuangan?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanan khasbangka dilihat dari aspek pasar.
2. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanan khas Bangka dilihat dari aspek pemasaran.
3. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan pengembangan bisnis pada UMKM makanan makanan Khas Bangka dilihat dari aspek keuangan.

### **Target Luaran**

Menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan “Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan Pada UMKM Makanan khas Bangka di kota Pangkalpinang”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Study Kelayakan Bisnis**

Study kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. (Kasmir dan Jakfar,2012: 7).Menurut Kasmir dan Jafar (2012:13) paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu :

1. Menghindari risiko kerugian
2. Memudahkan Perencanaan
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
4. Memudahkan Pengawasan
5. Memudahkan pengendalian

### **Aspek-Aspek Study Kelayakan Bisnis**

#### **Aspek hukum**

Aspek hukum merupakan aspek yang digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda.Tujuan aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang

mengeluarkan dan mengesahkan dokumen yang bersangkutan( kasmir dan jakfar 2012:24).Secaraspesifikanalisisaspek hukum padastudikelayakanbisnisbertujuanuntu:

- a. Menganalisislegalitasusaha yang dijalankan.
- b. Menganalisisketepatanbentukbadanhukumdengan ide bisnis yang akandilaksanakan.
- c. Menganalisiskemampuanbisnis yang akandiusulkandalammemenuhipersyaratanperizinan.
- d. Menganalisisjaminan-jaminan yang bisadisediakanjikabisnisakandibiayaidenganpinjaman.

### **Aspek Pasar**

Aspek pasar dalam study kelayakan bisnis dan investasi membahas besarnya permintaan penawaran dan harga. Permintaan dan penawaran dilakukan dengan menggunakan metode proyeksi selama beberapa tahun kedepan. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar (Freddy Rangkuti 2012). Dalam aspek pasar mempelajari tentang :

1. Penawaran  
Penawaran diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai tingkat harga. Hukum penawaran menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka akan semakin tinggi kuantitas barang yang akan ditawarkan, begitupun sebaliknya, jika harga suatu barang menurun maka akan semakin turun kuantitas barang yang akan ditawarkan (husein umar, 2009:36).
2. Permintaan  
Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka kuantitas barang yang diminta akan berkurang, begitupun sebaliknya, bila harga barang yang diminta menurun maka kuantitas barang yang diminta akan naik (*asumsi ceteris paribus*).
3. Bentuk Pasar  
Bentuk pasar dapat dilihat dari sisi produsen dan sisi konsumen. Dari sisi produsen pasar dapat dibedakan atas pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli. Sedangkan pasar dilihat dari sisi konsumen , dapat dibedakan menjadi empat bentuk yakni: pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual kembali (reseller) dan pasar pemerintah.
4. Mengukur Dan Meramalkan Permintaan  
Peramalan merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang terjadi di masa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu.  
Langkah-langkah peramalan :
  1. Mengumpulkan data
  2. Mengolah data
  3. Menentukan metode peramalan
  4. Memproyeksikan data

## 5. Mengambil keputusan

Peramalan dengan metode *regresi* merupakan salah satu metode ramalan yang disusun atas dasar pola data masa lalu. Ada dua pendekatan untuk melakukan peramalan dengan menggunakan analisis deret waktu dengan metode regresi sederhana, yaitu:

1. Analisis deret waktu untuk regresi sederhana *linier*.
2. Analisis deret waktu untuk regresi sederhana yang *nonlinier*.

## Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler). Hal pokok yang perlu dianalisis di dalam aspek pemasaran terdiri dari:

### 1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula (Kasmir dan Jakfar, 2012:48). Beberapa aspek utama untuk mengsegmentasikan pasar adalah aspek *geografis, demografi, psikografis*, dan perilaku (Husein Umar, 2009:59).

### 2. Sasaran Pasar

Analisis dapat dilakukan dengan menelaah tiga faktor (Husein Umar, 2009:60), yaitu:

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen
2. Kemenarikan struktural segmen
3. Sasaran dan sumber daya.

### 3. Menentukan Posisi Pasar

Penentuan posisi pasar dapat dilakukan dengan mengikuti tiga langkah (Kasmir dan Jakfar, 2012:50) yaitu:

- a. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif.
- b. Memilih keunggulan kompetitif.
- c. Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi.

### 4. Analisis Persaingan

Dalam menetapkan strategi pemasaran kompetitif yang efektif, studi kelayakan bisnis perlu juga mencermati produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dilakukan oleh pesaing terdekat. Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing (Husein Umar, 2009:68):

- a. Menidentifikasi pesaing
- b. Menentukan sasaran pesaing
- c. Mengidentifikasi pesaing

- d. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing
- e. Mengestimasi pola reaksi pesaing
- f. Memilih pesaing

## 5. Bauran Pemasaran

Manajemen Pemasaran akan dipecah menjadi empat kebijakan pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (marketing mix) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Sedangkan, untuk produk jasa dikenal dengan 7P, sama dengan marketing mix produk tetapi ditambah dengan process, people dan physical.

## Aspek Keuangan

Analisis finansial adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir dan Jakfar, 2012:89). Aspek finansial sebenarnya hanya merupakan akibat dari aspek pasar dan teknis, karena dari kedua aspek tersebut aspek keuangan cukup menjabarkandalam bentuk aliran kas yang diharapkan akan diterima (Jumingan 2011:348). Adapun kriteria yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah:

### 1. Net Present Value (NPV)

*Net Present Value (NPV)* adalah selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Freddy Rangkuti, 2012:166).

### 2. Payback Period (PP)

*Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *Payback Period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu (husein umar, 2009:197).

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

*Internal Rate of Return (IRR)*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa datang, atau penerimaan kas, dengan pengeluaran investasi awal (husein umar, 2009:198). *Internal Rate of Return (IRR)*, merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil *intern* (Kasmir dan Jakfar 2012:105).

### 4. Profitability Index (PI)

*Profitability index (PI)* atau *Benefit and Cost Ratio (B/C ratio)* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur *investasi* (Kasmir dan Jakfar 2012:108).

## Aspek teknis dan teknologi

Aspek teknik dan teknologi yaitu: penentuan strategi produksi, dan perencanaan produk proses pemilihan teknologi untuk produksi penentuan kapasitas produksi yang optimal letak pabrik dan layoutnya dan letak usaha layoutnya (husein umar, 2009:87)

Pokok bahasan dari Aspek Teknik dan Teknologi (Husein Umar, 2009: 90) adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan strategi produksi.
2. Pemilihan dan perencanaan produk.
3. Rencana kualitas.
4. Pemilihan teknologi.
5. Rencana kapasitas produksi.
6. Perencanaan letak pabrik.
7. Perencanaan tata letak.
8. Perencanaan jumlah produksi.
9. Manajemen produksi.
10. Pengawasan kualitas produk.

### **Aspek Manajemen**

Tujuan studi dari aspek manajemen (Husein Umar, 2009: 114) adalah untuk mengetahui apakah pembangunan dan implementasi bisnis dapat direncanakan, dilaksanakan serta dikendalikan sehingga rencana bisnis dapat dinyatakan layak atau sebaliknya. Menurut Kasmir dan Jakfar (168,167) adapun fungsi manajemen dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Perencanaan (*planning*)
- b. Pengorganisasian (*organizing*)
- c. Pelaksanaan (*actuating*)
- d. Pengawasan (*controlling*)

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah analisis mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang dihadapi dalam suatu bisnis (Jumingan, 2011:408).

Empat kunci yang harus diingat dalam menggunakan analisis SWOT adalah :

1. Membangun Kekuatan
2. Memecahkan Kelemahan
3. Memanfaatkan Kesempatan
4. Menghindari Ancaman

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menghitung data keuangan seperti *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Internal rate of return (IRR)*, *Profitability Index (PI)* dan untuk aspek pasar akan dilakukan perhitungan

Jurnal E-KOMBIS| Volume II, No.1, 2016| 47

peramalan penjualan. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek pasar dan aspek pemasaran, untuk aspek pemasaran akan dilakukan analisis SWOT guna untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bisnis UMKM makanan khas Bangka.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UMKM makanankhas Bangka yang bergerak dibidang penjualan makanan oleh-oleh khas Bangka. yangberalamat di Pangkalpinang, Bangka. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2015 sampai dengan selesai.

### **Teknik Pengambilan Data**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini digunakan metode sesuai dengan data yang diperlukan, metode yang dimaksud adalah sebagai berikut:

#### 1. Studi dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data atau dokumen-dokumen keuangan yang pada UMKM dalam kurun waktu 2010-2012.

#### 2. Wawancara

Yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pihak yang dianggap penting seperti pemilik usaha dan karyawan dari UMKM, agar mendapatkan data yang lebih lengkap.

#### 3. Studi pustaka

Studi pustaka ini dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dasar-dasar teori ini didapat dari literatur-literatur, internet, maupun tulisan-tulisan lainnya yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis.

### **Analisis Data**

Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini mencangkupi:

#### **Aspek Pasar**

Strategi pasar yang dikaji dan diteliti dalam analisis kelayakan ini mencakup aspek peluang pasar (permintaan, penawaran dan bentuk pasar). Melalui analisis aspek pasar ini dapat dilihat kondisi pasar yang terjadi dan dapat diperkirakan penjualan yang mungkin akan terjadi yang nantinya dibutuhkan dalam memperkirakan anggaran usaha. Dalam aspek pasar untuk peramalan permintaan digunakan metode regresi linier sederhana, dengan rumus sebagai berikut:

$$y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel tidak bebas



X = variabel bebas

a = nilai konstan

b = koefisien arah regresi

Di mana a dihitung dengan rumus :  $a = \frac{\sum Y}{n}$

Di mana b dihitung dengan rumus :  $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

### Aspek Pemasaran

Analisis aspek pemasaran yang diteliti mencakup segmentasi pasar, pasar sasaran, posisi pasar, analisis SWOT, analisis pesaing dan bauran pemasaran. Analisis pemasaran memudahkan dalam melakukan pemasaran produk kepada para konsumen.

### Aspek Keuangan

Usaha penjualan oleh-oleh khas Bangka yang akan didirikan oleh pemilik modal, membutuhkan investasi pada awal pendiriannya. Maka dari itu, terdapat beberapa kriteria investasi yang harus di analisa, diantaranya ialah :

#### 1. Net Present Value (NPV)

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1-i)^t}$$

Keterangan :

B<sub>t</sub> = manfaat yang diperoleh setiap tahun

C<sub>t</sub> = biaya yang dikeluarkan setiap tahun

n = jumlah tahun

i = tingkat bunga (diskonto)

#### 2. Internal Rate of Return (IRR)

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

keterangan :

$i_1$  = Tingkat suku bunga pada saat NPV bernilai positif

$i_2$  = Tingkat suku bunga pada saat NPV bernilai negatif

NPV1 = Nilai NPV positif (Rp)

NPV2 = Nilai NPV negatif (Rp)

#### 3. Payback Period (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

#### 4. Profitability Index (PI)

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

### DAFTAR PUSTAKA

Purwoko dan Yandra Arkeman (2012). "*Kelayakan Industri Kerupuk Jamur Tiram Di Kabupaten Bogor*", Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, IPB. (jurnal Tek. Ind. Pert. Vol. 13(3)).

- Burhanuddin. (2006). *“Studi Kelayakan Pendirian Rumah Potong Hewan di Kabupaten Kutai Timur”*, Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKM. KutaiTimur.
- Jumingan. (2011). *Study Kelayakan Bisnis Teori Dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Jirachaisingh, Warun. (2007). *“A Feasibility Study of Launching Car Wash Business In Bangkok”*, Shinawatra University. Thailand. (SMEDA)
- Kasmir dan Jakfar. (2012). *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Kountur, Ronny. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*, Jakarta: Buana Printing.
- Kuncoro, Mudrajad. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2012). *Study Kelayakan Bisnis Dan Investasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swastawati, Fronthea. (2011). *“Study Kelayakan Dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan Dengan Asap Limbah Pertanian”*, Universitas Diponegoro. Semarang. (jurnal dinamika ekonomi pembangunan, volume1, nomor 1).
- Tim SMEDA-PUNJAB. (2007). *“Pre-Feasibility Study Flower Shop”*, Small and Medium Enterprise Development Authority. Pakistan.
- Umar, Husein. (2009). *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana.