

Business Feasibility Study And Business Development In Red Rice MSMES In Tenggara City

Studi Kelayakan Usaha Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM Beras Merah Di Kota Tenggara

Mitakhur Rohmah^{1*}, Suheni², Anton Rahmadi³, Yulian Andriyani⁴

^{1,2,3,4}Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

³Pusat Unggulan Ipteks Perguruan Tinggi-Obat dan Kosmetik dari Hutan Tropika Lembab dan Lingkungan (PUI-PT OKTAL)

miftakhurrohmah@faperta.unmul.ac.id¹, suheni0002@gmail.com², antonrahmadi@gmail.com³, yulian.andriyani@faperta.unmul.ac.id⁴

*Corresponding Author

ABSTRACT

A feasibility study is a business or project that is carried out to provide benefits in financial and non-financial aspects. Financial aspects were analyzed using the NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), BCR (Benefit Cost Ratio), PP (Payback Period) and non-financial aspects were analyzed quantitatively using SWOT analysis. The results show that the financial aspect shows that the brown rice business is feasible with a NPV of Rp. 5,411.66 (> 0), an IRR of 1.57 (> 0), and PP for taking capital from investment takes 4 months and 7 days. The development of red rice SMEs uses non-financial aspects, namely marketing and management aspects, aiming to assess business feasibility and develop the development of red rice SMEs in the city of Tenggara. The non-financial data used in the research is data obtained directly from the respondents and also through interviews using questionnaires. The results of non-financial aspects in the development of the Red Rice SMEs business in the Cartesian diagram of SWOT quadrant I (SO) analysis with an aggressive strategy can be carried out to develop the business, namely optimizing strengths to take advantage of existing opportunities.

Keywords: Eligibility, SWOT, MSMES

ABSTRAK

Studi kelayakan adalah usaha atau proyek yang dilaksanakan memberikan manfaat dalam aspek finansial dan aspek non – finansial. Aspek finansial dianalisis dengan menggunakan metode NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), BCR (Benefit Cost Ratio), PP (Payback Period) dan Aspek Non- Finansial dianalisis secara kuantitatif menggunakan analisis SWOT. Hasilnya aspek finansial menunjukkan bahwa usaha beras merah layak dilakukan dengan NPV sebesar Rp 5.411.66 (> 0) , IRR sebesar 1,57 (> 0), dan PP pengambilan modal dari investasi memakan waktu 4 bulan 7 hari. Pengembangan umkm Beras merah menggunakan aspek non – finansial yaitu aspek pemasaran dan aspek manajemen, bertujuan untuk menilai kelayakan usaha dan menyusun pengembangan UMKM Beras Merah di kota tenggarong. Data non – finansial yang digunakan dalam penelitian adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dan juga melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. hasil aspek non – finansial dalam pengembangan usaha umkm Beras Merah pada diagram analisis SWOT kuadran I (SO) dengan strategi agresif, dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha yaitu mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Kelayakan,SWOT,UMKM

Pendahuluan

Usaha Mikro, kecil dan menengah memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. (UMKM) juga berperan dalam membantu program pemerintah dalam penciptaan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran, dan melalui UMKM dapat tercipta unit kerja baru dan tenaga kerja baru yang

digunakan untuk menopang pendapatan rumah tangga dan mengurangi kemiskinan (SARI, 2019). Sebagai negara berkembang Indonesia membutuhkan wirausaha, baik usaha kecil menengah, koperasi dan perusahaan besar agar mampu bersaing di pasar global maupun regional (Mubarak & Nurohman, 2020)

Banyak UMKM memiliki permasalahan terkait persaingan usaha yang sangat ketat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya UMKM yang muncul dan ada beberapa UMKM karena tidak mampu bersaing dengan UMKM lain. Permasalahan pada UMKM Beras Merah keterbatasan modal kerja, Kapasitas sumber daya manusia, yang sangat rendah dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha yang tidak jelas. Salah satunya dalam perkembangan UMKM yang terbatas modal yang memiliki dan sulitnya mengakses sumber permodalan. Mengutip laporan (Dibyو Prabowo 2004) menegaskan bahwa 35.10% UMKM menyatakan kesulitan permodalan, kemudian diikuti oleh kepastian pasar 25.9% dan kesulitan bahan baku (Fadilah et al., 2021)

Pengembangan pada UMKM Beras Merah sangat perlu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan maksimal dengan syarat terlampaui pencapaian target penjualan yang telah direncanakan. Keuntungan maksimal yang didapat akan memberikan kontribusi besar bagi pelaku usaha agar dapat memperluas dan mengembangkan usahanya. Dalam Strategi pengembangan usaha membutuhkan langkah dan strategi, pertama memetakan dan melihat lokasi potensial dan mulai meneliti berbagai lokasi yang memiliki target pasar selain itu mencari tahu apakah lokasi tersebut membutuhkan produk yang kita jual, kedua mengikuti kegiatan pameran dan festival supaya memperkenalkan produk di masyarakat luar dan mendapatkan pelanggan baru, ketiga membangun relasi antar UMKM dapat semakin muda untuk menentukan penjualan yang dapat diandalkan (Nasir et al., 2012). selain itu mendapatkan informasi tentang usaha lebih mudah, keempat meningkatkan kualitas layanan mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan dan bisa memperbaiki hal – hal yang disukai oleh pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas produk Beras merah, kelima memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk sehingga mendapatkan peningkatan penjualan usahanya dan memperluas pemasaran produk beras merah.

Gap analisis salah satu metode pengukuran untuk melihat kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel tersebut. Gap dapat mengidentifikasi adanya sebuah perbedaan antara hal yang lain dan digunakan sebagai alat ukur dalam mengukur suatu kualitas dan bahkan pendekatan. Pada penelitian ini digunakan Gap analisis untuk menilai kondisi awal pada UMKM sebelum dilakukan pendampingan. Penilaian pada Gap analisis ini yaitu menggunakan perhitungan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), BCR (*Benefit Cost Ratio*), PP (*Payback Period*) dan pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT (Syukri, 2014).

Pentingnya melakukan studi kelayakan usaha untuk mengukur kelayakan suatu proyek bisnis itu layak dijalankan atau tidak. Proses ini dilakukan guna menguatkan proses pengambilan keputusan tentang sebuah usaha atau proyek dapat dijalankan atau harus dikaji ulang, dan juga mendapatkan laba yang maksimal. Studi kelayakan bisnis memberi manfaat untuk mengukur dan mengetahui layak atau tidaknya suatu bisnis itu dijalankan. Studi kelayakan bisnis sangat membantu pelaku UMKM agar bisnis yang dijalankan berhasil atau menguntungkan (Sofiah & Septiana, 2017).

Penelitian ini merupakan penelitian yang belum pernah diteliti pada objek beras merah lokal, sehingga memiliki nilai *novelty* (kebaruan) dari penelitian-penelitian sebelumnya. *Novelty* pada penelitian ini adalah terletak pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap permintaan beras merah yaitu variabel harga beli beras lokal, harga beli (Pramasari & Kurniawan, 2021)

Tujuan penelitian ini mengetahui kelayakan usaha pada UMKM beras Merah pada aspek finansial untuk mengetahui tingkat kelayakan atau tidak layaknya dengan perhitungan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), BCR (*Benefit Cost Ratio*), PP (*Payback*

Period). Aspek non finansial berdasarkan aspek manajemen dan aspek pemasaran dapat mengetahui tingkat kelayakan dalam menjalankan strategi pengembangan usaha UMKM Beras Merah menggunakan analisis swot, memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*)

Tinjauan Pustaka

a. Umkm

Usaha mikro Kecil (UMKM) merupakan roda penggerak ekonomi di Indonesia dan mengacu pada undang – undang usaha kecil menengah nomor 20 tahun 2008, menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha mandiri yang mempunyai kriteria perusahaan yang ditentukan dalam undang – undang ini mendefinisikan UMKM yaitu sebagai berikut

1. Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha yang mempunyai kriteria usaha mikro
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau usaha yang memiliki langsung atau secara tidak langsung cabang perusahaan menengah atau usaha yang memenuhi standar komersial
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan yang berlangsung atau tidak langsung dimiliki oleh usaha kecil atau besar dengan total kekayaan bersih, bagian atau penjualan tahunan (Indianty, 2019).

b. Studi Kelayakan usaha

Dalam mendirikan suatu usaha tentunya membutuhkan modal yang tidak sedikit demi kelancaran usaha tersebut dan mempunyai resiko yang harus dihadapi selama menjalankan suatu usaha. Untuk mengetahui perusahaan tersebut dapat bertahan dengan jangka waktu yang panjang yang panjang dibutuhkan studi kelayakan bisnis dapat menjadikan alat ukur untuk memprediksi keberhasilan suatu usaha yang dijalankan layak atau tidak layak untuk dikembangkan (Apriyanti, 2020). Kelayakan merupakan keadaan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengikuti apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya modal awal yang telah dikeluarkan sebelumnya. Sedangkan bisnis merupakan perusahaan yang didirikan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil transaksi yang dilakukan. Studi kelayakan bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengkaji secara mendalam mengenai usaha yang akan dijalankan guna menentukan layak atau tidak layak usaha tersebut (Afiyah et al., 2015) disimpulkan bahwa studi kelayakan adalah studi atau penelitian yang berkaitan dengan analisis rencana pendirian usaha, apakah dapat dilaksanakan atau tidak. Bisa tidaknya bisnis dibuat dengan manfaat dan keuntungan yang akan menghasilkan atau diperoleh dari bisnis tersebut. Aspek studi kelayakan usaha adalah aspek finansial dan non finansial

1. Aspek keuangan atau finansial

Aspek Keuangan atau finansial memiliki tujuan untuk dapat menentukan suatu rencana dalam mendirikan usaha yang dapat ditentukan melalui perhitungan biaya serta manfaat yang ingin dicapai. Dengan pertimbangan antar pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan pada dana yang ada, pada modal biaya, serta kemampuan suatu usaha untuk mendapatkan kembali dana yang digunakan dalam waktu yang ditentukan serta menilai bahwa usaha tersebut dinyatakan layak untuk dikembangkan atau dijalankan. Pada umumnya ada beberapa metode yang bisa dipertimbangkan untuk dipakai dalam penelitian aliran kas dari suatu investasi dan biaya operasional. (Kusuma et al., 2014)

Faktor finansial dapat dikaji dengan menggunakan beberapa cara, yaitu:

a. Net Present Value (NPV)

- b.* Adalah metode analisis keuangan memperhatikan suatu suhu perubahan pada nilai uang, karena faktor waktu atau proyeksi arus kas dapat di nilai pada waktu dalam investasi

melalui pemotongan nilai dengan faktor pengurangan yang berkaitan dengan biaya model atau presentase bunga. Kriteria kelayakan adalah 1) perusahaan dinilai layak jika NPV bernilai positif, dan 2) dinilai tidak layak dari aspek keuangan jika NPV bernilai negatif. (Abuk & Rumbino, 2020)

c. *Internal Rate Of Return* (IRR)

Dinamakan hasil yang disesuaikan untuk waktu, didefinisikan sebagai suku bunga yang menyamakan Net Present Value sama dengan nol. Metode ini sering disebut pula dengan metode *time adjusted rate of return*, adalah dengan menghitung tingkat bunga yang sesungguhnya dari suatu rencana investasi, agar nilai sekarang dari aliran kas bersih dapat menutupi jumlah modal yang diinvestasikan. Kriteria kelayakan adalah 1) Investasi dikatakan layak jika IRR lebih besar dari presentase biaya modal. 2) dinilai tidak layak jika IRR lebih kecil dari biaya modal (bunga kredit) atau lebih rendah dari kegiatan investor (Sofiyati, 2015)

d. *Payback Period* (PP)

Adalah metode yang menentukan penerimaan atau penolakan suatu usulan investasi adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menutup kembali investasi dinilai berdasarkan apabila dalam jangka waktu tertentu yang diinginkan oleh manajemen, jumlah kas masuk atau penghematan tunai diperoleh dari investasi dapat menutup investasi atau memenuhi pengeluaran atau dapat mengganti nilai investasi sebelumnya

2. Aspek Non- Finansial

Adapun aspek finansial yang digunakan pada UMKM Beras Merah yaitu

a. Pemasaran

Fungsi untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar yang dicapai dan seberapa jauh perusahaan dapat menjangkau pasar tersebut. Proses pemasaran mendefinisikan permintaan konsumen untuk produk atau jasa, motivasi untuk menjual produk pada konsumen akhir dengan memperoleh keuntungan. (Musyawarah & Idayanti, 2022).

b. Manajemen SDM

sumber daya manusia untuk berkontribusi pada usaha beras merah, yaitu dalam perencanaan, manajemen dan organisasi usaha. Peran sumber daya manusia sangat penting, yaitu untuk menentukan faktor produksi dan pembangunan perusahaan (Akilah, 2018).

C. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha UMKM Beras Merah perlu dilakukan untuk meningkatkan keterampilan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pelatihan. Perusahaan yang dikembangkan harus menjadi pelaku ekonomi dengan daya saing wirausaha dan upaya peningkatan produktivitas untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar, memanfaatkan hasil inovatif dan menerapkan teknologi (Fadilah et al., 2021). Strategi pengembangan bisnis dikelompokkan menjadi tiga strategi: strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis

D. Analisis Swot

Analisis SWOT adalah identifikasi faktor-faktor dalam menentukan strategi untuk bisnis dan sedang digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). (Sulistiani, 2006). Analisis SWOT berguna dalam mengidentifikasi strategi yang membantu bisnis unggul atau menang dalam dunia persaingan. Analisis SWOT akan menganalisis faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT akan menganalisis faktor internal dan eksternal. Terdapat kuadrat dalam analisis swot yaitu:

- a) Kuadrat I SO (*Strength - Opportunity*) adalah situasi yang sangat menguntungkan. kuadrat ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga memanfaatkan peluang yang ada. Kuadrat pertama disebut strategi agresif, yaitu mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai kesuksesan.

- b) Kuadrat II ST (*Strength – Threat*) merupakan kuadrat yang menghadapi banyak ancaman namun masih kuat secara internal. Kuadrat kedua disebut strategi *diversifikasi* yaitu strategi yang menuntut perusahaan untuk menutup kelemahan dan mengejar peluang yang ada.
- c) Kuadrat III WO (*Weakness – Opportunity*) memiliki peluang besar, namun di sisi lain juga memiliki banyak internal Kendala. Kuadrat ketiga disebut strategi *trun around* adalah strategi yang membantu perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan yang tersedia untuk mengubah arah perusahaan, Karena saat ini banyak sekali ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan.
- d) Kuadrat IV WT (*Weakness – Threat*) adalah perusahaan yang dirugikan. Perusahaan menghadapi banyak ancaman dan kelemahan orang dalam. Kuadrat ini disebut strategi *defensif* adalah membantu perusahaan terus mempertahankannya posisi usahanya (Edy & Arifin, 2021).

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi (Sugiyono,2018) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti lalu dibuat kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah para konsumen di kota tenggarong. Menurut (Sugiyono, 2017) sampel ialah bagian dari poulasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang memiliki populasi. sampel dalam penelitian ini adalah UMKM Beras Merah berlokasi di Jln Bougenville No 18 Rt 09 Desa Panji Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara Kalimantan timur.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan (aspek finansial dan aspek non finansial) menggunakan koesioner.

Teknis Analisis Data

Aspek finansial

Data aspek finansial akan menggunakan analisis finansial kelayakan usaha dengan rumus perhitungan sebagai berikut

a. Metode Nilai Sekarang (*Net Present Value/NPV*)

Analisis Net Present Value (NPV) adalah perbedaan antara nilai sekarang dari suatu investasi dan nilai sekarang dari arus kas bersih masa depan. Dirumuskan:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{1-r} - I_0$$

NPV = Nilai Sekarang

\sum = Simbol dalam penjualan

T = Biaya yang dikeluarkan

n = Umur usulan usaha

CF_r = Aliran kas pada tahun t

r = Tingkat suku bunga

I₀ = Modal investasi awal

Kriteria yang digunakan yaitu

- NPV > 0 yaitu investasi akan menguntungkan atau dapat dikatakan layak (*Feasible*)
- NPV < 0 yaitu investasi tidak menguntungkan atau tidak layak (*Unfeasible*)
- NPV = 0 yaitu investasi yang dihasilkan sama dengan investasi awal

b. *Internal Rate Return (IRR)*

IRR yaitu tingkat bunga yang akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal. Dirumuskan

$$IRR = i_1 + \left\{ \frac{\sum NPV^+}{\sum NPV^+ - \sum NPV^-} \right\} \times (i_2 - i_1)$$

i_1 = Tingkat suku bunga NPV bernilai positif yang mendekati 0

i_2 = Tingkat suku bunga NPV bernilai negatif yang paling mendekati 0

NPV⁺ = Nilai NPV yang dihasilkan dari i_1

NPV⁻ = Nilai NPV yang dihasilkan dari i_2

Kriteria :

- Jika $IRR >$ tingkat bunga yang berlaku, maka rencana usaha layak dijalankan
- Jika $IRR <$ tingkat bunga yang berlaku, maka usaha tidak bisa dijalankan

c. *Net Benefit Cost Ratio* (B/C)

Metode *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C) yaitu perbandingan antara nilai sekarang dari pendapatan yang diperoleh dari kegiatan investasi dengan nilai sekarang dari biaya selama investasi tersebut berlangsung dalam kurun waktu tertentu. Rumus

$$BCR = \frac{(\sum \text{Nilai Sekarang Pendapatan})}{(\sum \text{Nilai Sekarang Pengeluaran})}$$

$BCR > 1$ maka usaha dinyatakan layak untuk dilaksanakan

$BCR < 1$ maka usaha dinyatakan tidak layak untuk dilaksanakan

d. *Payback Period* (PP)

Payback Period yaitu jangka waktu untuk menunjukkan adanya arus penerimaan kumulatif yang sama dengan jumlah investasi awal yang menggunakan arus kas dalam bentuk *present value* dengan arus kas masuk dalam satu

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih /tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Aspek non finansial

Data non finansial akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan kuadran dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Metode analisis SWOT dengan menggunakan koisioner yang diperoleh akan dianalisis dengan pemetaan pada kuadran SWOT untuk mengidentifikasi karakteristik perusahaan selama dilakukan penelitian. Dengan menyiapkan rumus SWOT yang melibatkan penempatan Tahap – tahap berikut:

1. Kolom bobot yaitu suatu tingkat kepentingan pada tiap – tiap faktor
2. Rating adalah kondisi internal pada setiap organisasi adalah
3. Nilai yang diperoleh dari setiap faktor adalah hasil dikali dengan skor nilai (SN) dengan menggunakan rumus:

$$SN = RN \times BN$$

Keterangan:

SN = Skor Nilai

RN = Rating Nilai

BN = Bobot Nilai

Tabel 1. Mariks SWOT

Faktor Internal	STRATEGI (S) Kekuatan	WEAKNESS (w) Kelemahan
Faktor Eksternal		
OPPORTUNITIES (O) Peluang	STRATEGI SO	STRATEGI WO
TREATS (T) Tantangan	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Hasil dan Pembahasan

Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan usaha tidak lepas dari analisa tentang keuangan atau finansialnya sebuah usaha atau bisnis pastinya ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya dan mengeluarkan biaya operasional sekecil – kecilnya.

Break Event Point (BEP)

Titik impas diambil untuk mengetahui selisih antara penerimaan dan pengeluaran biaya UMKM beras merah, selain itu BEP dapat digunakan untuk menentukan keadaan biaya produksi dalam keseimbangan atau sama dengan nilai penjualan beras merah.

Tabel 2. Perhitungan Break Event Point

No	Uraian	Rata-rata
1	Pendapatan per bulan	Rp 550.000
2	Biaya operasional biaya tetap, semi dan variabel)	Rp350.000
3	Laba kotor	Rp200.000
4	Pajak 10 %	
5	Laba bersih	Rp 200.000
6	Profit margin	36,4%

Net Present Value (NPV)

Nilai NPV UMKM beras merah UMKM adalah 5.061.066 NPV. Nilai tersebut merupakan keuntungan UMKM dalam 3 tahun dari pengolahan beras merah, jika dihitung dengan tingkat bunga 7,44%/tahun. Sehingga akan diperoleh gambaran pengembangan usaha yang dapat dicapai karena NPV saat ini lebih besar dari 0 (NPV > 0).

Tabel 3. Perhitungan Net Present Value (NPV)

Tahun Ke	Aliran Khas(Rp)
0	837000
1	2.233.805
2	2.079.118
3	1.935.144
NPV	5.061.066

Internal Rate Of Return (IRR)

Nilai IRR kelayakan usaha UMKM beras merah sebesar 19,450%. Angka ini lebih tinggi dari suku bunga tetap sebesar 7,44%. Dari segi analisis IRR, hasil menunjukkan bahwa upaya pengembangan ini layak, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Perhitungan Internal Rate Of Return (IRR)

Tahun Ke	Aliran Khas(Rp)
0	837000
1	2.233.805
2	2.079.118
3	1.935.144
NPV	5.411.066
IRR	19.450%

Hasil IRR 19.450 % lebih besar dari 7,44 berarti usaha tersebut dapat dikatakan layak

Rasio Benefit Cost Ratio (BCR) ,

Hasil perhitungan didapatkan nilai BCR dari UMKM Beras Merah adalah 1,57 sehingga dapat disimpulkan jika semua alternatif UMKM Beras Merah layak karena nilai BCR lebih besar dari pada 1.

Tabel 5. Perhitungan *Benefit Cost Ratio* (BCR)

Rasio B/C	Pendapatan/Pengeluaran
	1,57
	Layak lebih dari 1

Payback Period (pp)

Hasil perhitungan terlihat bahwa nilai PP UMKM beras merah adalah 180,52 atau 7 bulan 22 hari, sehingga usaha ini sangat layak seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Perhitungan *Payback Period* (PP)

PP	Investasi awal/ Pendapatan Per tahun x 1 tahun		
	0,495	Tahun	0,494583395
	180, 52	Hari	180,5229392
	7 bulan 22 hari		

Aspek non finansial**Kelayakan Analisis Non Finansial**

Proses perencanaan strategi pemasaran ini melalui 3 tahapan yaitu pengumpulan data, analisis, pengambilan keputusan. Sebelum menganalisis objek, data dibagi menjadi data internal dan data eksternal. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan terhadap UMKM beras merah, faktor eksternal akan mempengaruhi peluang dan ancaman. Sedangkan faktor internal akan mempengaruhi kekuatan dan kelemahan. Matrik eksternal dan internal kemudian dibentuk sebagai matriks SWOT untuk menentukan rencana strategis pemasaran

faktor internal

Proses identifikasi faktor internal atas UMKM Beras Merah meliputi *Strength* dan *Weakness* berdasarkan koersioner. Pemetaan atas faktor didasarkan pada hasil jawaban seluruhnya responden pada masing – masing indikator yang menunjukkan jumlah positif sementara *Weakness* didasarkan pada hasil yang negatif. Penyusunan *Matriks internal factor Analisis Strategic* (IFAS) pada dasarnya dilakukan dengan cara pemberian total responden, Rating (rata – rata), bobot dan akhir (nilai timbang) pada masing faktor kuncinya. Total responden jumlah hasil yang didapatkan seluruh responden pada masing – masing item faktor kunci setelah dilakukan proses coding. Ranting didapatkan seluruh responden pada tiap item faktor dengan jumlah responden. Sebelum menentukan bobot, yang pertama harus ditentukan adalah nilai tiap – tiap kuesioner masing – masing dari 25 responden. Berdasarkan tabel di bawah ini dapat dilihat skor eksternal dari UMKM Beras Merah pada *Strenght* adalah 3,53 dan *Weakness* adalah sebesar 3,50 kemudian hasil tersebut akan dimasukkan ke dalam rumusan grafik dari Matrik Grand Strategy dengan simbol sumbu X

Tabel 7. Matrik IFAS UMKM Beras Merah

no	PERNYATAAN	Rating	Bobot	Skor
<i>Strenght</i>				
1	Proses produksi yang terjaga	3,2	0,15	0,48
2	Bahan baku yang berkualitas	3,52	0,17	0,59
3	Harga terjangkau	3,68	0,17	0,64
4	Kemasan yang menarik	3,8	0,18	0,68
5	Memiliki NIB dan sertifikat halal	3,44	0,16	0,56
6	Hubungan pelanggan kuat	3,48	0,16	0,57
	Total	21.12	1.00	3,50
Total <i>Strength</i> : 3,50				
No	PERNYATAAN	Rating	Bobot	Skor
<i>Weakness</i>				
1	Susah mendapatkan konsumen	3,56	0,20	0,73

2	Kurangnya promosi	3,72	0,21	0,79
3	Kurangnya karyawan	3,48	0,20	0,69
4	Kesusahaan modal usaha	3,32	0,19	0,63
5	Bahan baku susah di cari	3,4	0,19	0,66
Total		17,4	1,00	3,48
Total Weakness : 3,48				

Tabel 8. Matrik IFAS UMKM Beras Merah

Sumber Primer (diolah), 2023

Faktor Eksternal

Identifikasi atas faktor eksternal (*Opportunity* dan *Threats*) juga didasarkan pada hasil jumlah responden yang positif dan negatif pada masing – masing item indikator seperti hal identifikasi pada faktor internal peluang yang dihadapi oleh UMKM Beras Merah dapat diketahui dengan perlu dilakukan identifikasi faktor eksternal dan pemberian bobot, rating skor akhir serta skor akhir dari masing masing kolom. Berdasarkan tabel dibawah bawah skor eksternal dari UMKM Beras Merah pada *Opportunity* sebesar 3,48 dan *Threats* sebesar 3,38 kemudian hasil tersebut masuk kedalam grafik dengan simbol Y

Tabel 9. Matrik Efas UMKM Beras Merah

no	PERNYATAAN	Rating	Bobot	Skor
<i>Opportunity</i>				
1	Lokasi usaha strategis	3,44	0,20	0,68
2	Pasar masih terbuka luas	3,64	0,21	0,76
3	Perkembangan internet memudahkan pemasaran	3,52	0,20	0,71
4	Memperluas tempat usaha	3,52	0,20	0,71
5	Produk yang selalu berkembang	3,28	0,19	0,62
Total		17,4	1,00	3,48
Total Opportunity 3,48				
no	PERNYATAAN	Rating	Bobot	Skor
<i>Threats</i>				
1	Persaingan pasar	2,72	0,16	0,44
2	Munculnya pesaing baru	3,56	0,21	0,76
3	Mahalnya bahan baku	3,48	0,21	0,72
4	Potensi kerugian akibat pesanan yang tidak diambil pelanggan	3,48	0,21	0,72
5	Pola perilaku dan kebutuhan masyarakat semakin berkembang	3,52	0,21	0,74
Total		16,76	1,00	3,38
Total Threats 3,38				

Sumber : Data Primer (diolah), 2023

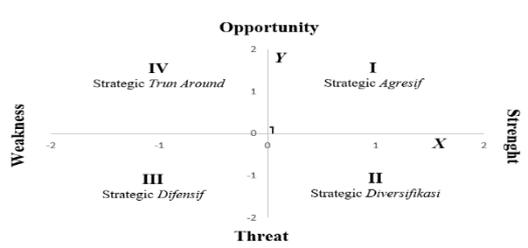
Matrik SWOT digunakan untuk menentukan pemasaran yang tepat. Kemudian hasil yang didapat dari perhitungan EFAS (sumbu Y) IFAS (sumbu X) akan diterapkn sebagai pemasaran UMKM Beras Merah

Tabel 10. Matrik IFAS – EFAS

No	Matrik	Skor Akhir	Skor
			1.S-W 2. O-T
1	IFAS	<i>Strenght</i>	3,53
		<i>Weaknes</i>	2,50
2	EFAS	<i>Opportunity</i>	3,48
		<i>Threat</i>	3,38

Sumber : Data Primer (diolah), 2023

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui peranan faktor-faktor di dalam perusahaan. sedangkan matriks EfAS digunakan untuk menentukan mengetahui peran faktor internal



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Matriks SWOT

Matriks SWOT ini berdasarkan pada analisis matriks IFAS dan matriks EFAS. Matriks SWOT berfungsi menyusun strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh perusahaan yaitu SO, WO, ST, WT, untuk membantu mengembangkan UMKM beras. Diagram di atas menunjukkan bahwa posisi UMKM beras merah berada di kuadrat pertama yang menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Umkm Beras Merah berada pada kuadrat I SO memiliki peluang dan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kuadrat pertama disebut strategi agresif, yaitu mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, karena memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan peluang untuk meningkatkan hasil penjualan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT UMKM Beras Merah dilakukan dengan menilai hasil dari identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi diklasifikasikan ke dalam Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman atau tidak. Analisis SWOT untuk menilai kekuatan dan kelemahan sumber daya perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Analisis SWOT digunakan sebagai indikator dalam menentukan desain strategi SWOT diterapkan pada UMKM Beras Merah pada tabel di bawah

IFAS (EKSTERNAL) EFAS (INTERNAL)

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk Berkualitas • Memiliki legalitas kesehatan • Harga yang terjangkau 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modal yang terbatas • Promosi belum maksimal • tempat penyimpanan bahan baku yang tidak baik
<p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk harus higienis dan sanitasinya • Tempat usaha yang strategis • Peluang pasar dan permintaan beras merah masih besar 	<p>Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki kemasan beras dengan inovasi – inovasi • Mengembangkan jaringan pemasaran 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan untuk peminjaman modal • Meningkatkan penggunaan teknologi • Meningkatkan promosi penjualan
<p>Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • bahan baku yang tidak tersedia • Banyak pesaing yang menjual produk yang sama 	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan • Mempertahan kualitas beras • Menetapkan harga untuk menghadapi pesaing 	<p>Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menambah varian produk beras merah

PEMBAHASAN

1. Temuan Penelitian

Temuan Penelitian ialah deskripsi dari data yang di peroleh dalam pengumpulan data. Temuan penelitian ini menggunakan kuantitatif dari data yang diperoleh dalam pengumpulan data di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Temuan dalam penelitian ini hasil wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Beras Merah di Jln Bougenville No 18 Rt 09 Desa Panji Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara Kalimantan timur, lalu melakukan observasi dalam kegiatan interaksi dengan pemilik usaha beras merah untuk

menentukan data yang di perlukan dan melakukan studi dokumentasi. Uraian hasil penelitian berupa deskripsi hasil wawancara yang didapatkan (Setiawati et al., 2021). Semua data dapat oleh peneliti tentunya sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan dideskripsi dan dianalisis sebagai dasar untuk mendapatkan kesimpulan dari tujuan awal penelitian. Umkm beras merah melakukan identifikasi dengan cara pendekatan pada UMKM Beras Merah. Identifikasi yang dilakukan terhadap pemilik usaha untuk mengumpulkan informasi atau data yang dibutuhkan. Hal temuan yang sejalan dengan pendapat bahwa bisnis dikatakan layak apa bila sudah memenuhi syarat berlaku, jika belum memenuhi dapat dikatakan belum layak dan akan menimbulkan resiko kerugian. Limitasi atau kelemahan pada penelitian ini terletak pada proses penelitian. Penelitian ini menyadari bahwa dalam suatu penelitian pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Salah satunya faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam penelitian ini adalah lokasi yang cukup jauh dan sulitnya mengatur jadwal dalam melakukan wawancara terhadap pelaku usaha

2. kelayakan Usaha Aspek Finansial

Analisis kelayakan perhitungan NPV adalah 5.061.066, dengan demikian merupakan keuntungan yang diperoleh UMKM Beras Merah selama 3 tahun jika dihitung dengan tingkat bunga 7,44%/tahun. Sehingga akan didapatkan suatu proyek pengembangan bisnis yang layak untuk dioperasikan karena hasil analisis NPV lebih besar dari 0 ($NPV > 0$). Nilai IRR (internal rate of return) adalah 19,450%. Ini lebih tinggi dari tingkat bunga 7,44%. Dari analisis IRR, hasil menunjukkan bahwa pengembangan ini layak dilakukan. Nilai IRR (*Internal Rate Of Return*) sebesar 19450%. Angka ini lebih besar dari tingkat suku bunga yang sebesar 7,44%. Dari analisis dari IRR diperoleh hasil, bahwa pengembangan ini layak dijalankan. Nilai analisis BCR (*Benefit Cost Ratio*) didapatkan hasil dari penjumlahan penerimaan dan pengeluaran dengan menggunakan rumus excel bernilai 1,57 angka ini menunjukan UMKM Beras Merah dikatakan layak karena lebih dari 1, maka UMKM Beras Merah sedikit keuntungan yang diperoleh. Nilai PP (*Payback Period*) hasil perhitungan didapatkan nilai PP sebesar 180,52 % maka dapat diketahui bawah lama waktu pengembalian modal yang ditanamkan investasi yaitu sebesar 7 bulan 22 hari.

3. Aspek Non-finansial

Aspek non keuangan menggunakan rumusan strategi pengembangan usaha Bisnis dapat dipelajari dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu suatu metode untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu usaha. Kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

a) Matrik IfAS dan EFAS

Matriks IFAS mengetahui seberapa besar peranan dari faktor – faktor internal yang terdapat pada usaha. Matriks IFAS dilakukan pada strategi pengembangan UMKM Beras Merah menghasilkan nilai peluang *Strength* 3,53 dan *Weakness* 3,50, jadi kuadran faktor internal yaitu 0,03 sehingga dari hasil ini dapat diketahui jika strategi faktor IFAS masih memiliki kemampuan peluang UMKM Beras Merah untuk menghadapi tantangan. hasil matrik EFAS nilai *Opportunity* 3,48 dan nilai *Threat* 3,38, jadi kuadran eksternal yaitu 0,10 sehingga mampu menghadapi ancaman yang terdapat pada faktor eksternal. Pada angka matrik IFAS artinya kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan kekuatan dan menghadapi kelemahan yang terdapat pada internal perusahaan yang baik. Pada matrik EfAS memiliki arti kemampuan memanfaatkan peluang dan memaksimalkan mungkin menghindari ancaman pada perusahaan ini dapat dikatakan baik.

b) Diagram SWOT

Diagram SWOT menentukan strategi yang paling tepat sesuai kondisi internal dan eksternal, Posisi perusahaan dapat dikelompokkan dalam empat kuadran yaitu kuadran I strategi *agresif*, kuadran II strategi diversifikasi, Kuadran III strategi *difensif* dan kuadran IV *trun around* strategi *deferensive*. Hasil diagram SWOT UMKM Beras Merah berada pada tata letak kuadran I, diketahui sumbu X adalah total dari jumlah kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) bernilai 0,03 dan sumbu Y total dari jumlah peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) bernilai 0,10. kuadran I mendapatkan strategi *agresif* dapat memaksimalkan kekuatan untuk meraih peluang, maka sangat baik dan menguntungkan karena kekuatan dan peluangnya sangat menyatuh dan saling mendukung sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan.

c) Strategi Pengembangan UMKM Beras Merah

Pada strategi pengembangan dilakukan analisis dan pengambilan keputusan dilakukan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT, dimana setiap hubungan diberikan solusi strategis yang ingin dicapai. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan peta dalam matriks SWOT untuk kemudian mengidentifikasi karakteristik strategi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. non keuangan berdasarkan analisis SWOT usaha beras merah memerlukan strategi *agresif* untuk mempertahankan dan memperoleh keuntungan, usaha memiliki peluang dan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada di dalam matriks SWOT yang ditentukan strategi (*strength*) dan strategi (*opportunity*) (SO) UMKM Beras Merah, Strategi disusun sebagai berikut:

- a. Industri UMKM beras merah perlu meningkatkan strategi pemasaran dengan mengikuti kemajuan teknologi, seperti pemasaran produk media.
- b. Pemilik industri membutuhkan dan menambah variasi jenis dan bentuk produk baru.
- c. Meningkatkan daya saing dalam penjualan produk beras merah misalnya dengan membuat kemasan produk semenarik mungkin.

Penutup

Kesimpulan

Hasil analisis dan perhitungan baik dari perhitungan dari aspek finansial dan aspek non - finansial ialah Kelayakan aspek finansial berdasarkan hasil analisis (NPV, IRR, BCR, dan PP), maka hasilnya menunjukkan nilai NPV 5.061.066 (> 0) yang bernilai positif, nilai IRR sebesar 19.450% ($> \text{rate of return}$), nilai BCR sebesar 1,57 (> 0) maka usaha yang dijalankan layak. Jangka waktu (PP) pengambilan modal dari investasi UMKM Beras Merah memakan waktu 7 bulan 22 hari. Aspek finansial dari umkm Beras Merah dapat dinyatakan layak untuk dilakukan dan diteruskan. Aspek non – finansial berdasarkan Analisis SWOT, bahwa pengembangan usaha beras merah berada pada kuadrat I SO dengan *strategi agresif* dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha yaitu mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Maka hasil menunjukan bawah UMKM Beras Merah dinyatakan layak. Penelitian memberi saran UMKM beras merah menggunakan media sosial untuk mempromosikan melalui aplikasi Facebook, instagram dan whatsapp agar dapat lebih memperluas suatu produk.

Daftar Pustaka

- Yuliaty, Shafira T., C. S., dan Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong.
- Sari, I. P. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma.
- Mubarok, M. I., dan Nurohman, D. (2020). Keberhasilan Usaha Konveksi Sebagai Implikasi Dari Kemampuan Manajerial Dan Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 15–23.
- Irawati, R., dan Prasetyo, I. B. (2022). Pemanfaatan Platform *E-Commerce* Melalui *Marketplace* Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi

- (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., dan Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29–39.
- Nasir, Bintoro, M. H., dan Limbong, W. H. (2012). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Beras Cimanuk melalui Peningkatan Mutu Oleh PD Jaya Saputra Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 7(2), 102–110.
- Syukri, S. H. A. (2014). Penerapan *Customer Satisfaction Index (CSI)* Dan Analisa GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), 103–111.
- Sofiyati, P. (2015). Analisis Capital Budgeting Sebagai Sarana Pengambilan Keputusan Investasi Aset Tetap. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 25(2), 86198.
- Pramasari, I. F., & Kurniawan, D. T. (2021). Permintaan dan Penawaran Kencur di Pasar Anom Sumenep. 11(01), 14–28.
- Indianty, P. (2019). Kesiapan Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (Sak Emkm) Pada Umkm Tenun Ikat Di Kota Kediri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Apriyanti, M. E. (2020). Masayu Endang Apriyanti, percaya diri dan berpikir 26. *Jurnal Usaha*, 1(2), 26–40.
- Afiyah, A., Saifi, M., dan Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus pada *Home Industry* Cokelat “Cozyâ” Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), 85949.
- Kusuma, P. T. W. W., Mayasti, N. K. I., dan Guna, T. (2014). Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung. *Agritech*, 34(2), 194–202.
- Abuk, G. M., dan Rumbino, Y. (2020). Analisis kelayakan ekonomi menggunakan metode *Net Present Value (NPV)*, metode *Internal Rate of Return (IRR)* *Payback Period (PP)* pada unit *Stone Crusher* di CV. X Kab. Kupang Prov. NTT. *Jurnal Ilmiah Teknologi FST Undana*, 14(2), 68–75.
- Sofiyati, P. (2015). Analisis Capital Budgeting Sebagai Sarana Pengambilan Keputusan Investasi Aset Tetap. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 25(2), 86198.
- Ismanto, H. dan Rusli, A. (2020). Kelayakan Investasi Produksi Keripik Udang (*Litopenaeus vannamei*) Menggunakan Penggorengan *Vakum* *The Investment Feasibility of Vacuum Frying for Shrimp (Litopenaeus vannamei) Chips Production*. 9(2), 95–104.
- Musyawah, I. Y., dan Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Akilah, F. (2018). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Lembaga Pendidikan: *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 518–534.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896.
- Sulistiani, D. (2006). Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Pasar Bisnis. 1–10.
- Setiawati, L., Arif Musthofa, M., dan Daud, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Air Mineral Isi Ulang Aser Water Dalam Pandangan Ekonomi Islam Di Desa Pandan Lagan Kecamatan Geragain. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 79–84.