



## **LUWHE, Sebuah Produk Lulur Herbal sebagai Inovasi Modern Ramuan ‘Boreh’ Khas Bali**

Kadek Ayu Rismayanti<sup>1\*</sup>, Fitria Retno Arifiani<sup>2</sup>, Mohammad Haikhal<sup>3</sup>, Tomy Rizky Izzalqurny<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Negeri Malang

\*kadek.ayu.2004226@students.um.ac.id

### **Abstrak**

Boreh merupakan ramuan khas Bali yang memiliki seribu manfaat. Namun, seiring berkembangnya waktu eksistensinya mulai pudar. Salah satu keunggulan boreh adalah sensasi hangat yang dihasilkan oleh jahe dan bahan-bahan pendukung lainnya, sehingga mampu mengurangi nyeri otot. Boreh ditinggalkan karena pembuatannya yang memakan waktu cukup lama, sehingga konsumen beralih dengan cara yang lebih praktis. Selain berinovasi dengan membalut boreh menjadi produk multifungsi yang modern, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis dengan objek penelitian usaha LuwHe. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan laporan keuangan selama tiga tahun terhitung sejak 2021 hingga tahun 2023, analisis data menunjukkan bahwa bisnis LuwHe memiliki profit yang stabil jika dijalankan secara konsisten. Selain itu hasil analisis kualitatif yang dilakukan menunjukkan bahwa usaha LuwHe ini dapat berkembang dan bertahan dalam menghadapi pesaing dalam dunia pasar.

**Kata Kunci:** Boreh, Lulur Herbal, 5 in 1 (mencerahkan, melembabkan, mengangkat sel kulit mati, menghangatkan, mengatasi rasa nyeri otot)

### **Abstract**

*Boreh is a Balinese herb that has a thousand benefits. However, over time its existence began to fade. One of the advantages of boreh is the warm sensation produced by ginger and other supporting ingredients, so as to reduce muscle pain. Boreh was abandoned because it took a long time to make, so consumers switched to a more practical way. In addition to innovating by wrapping boreh into a modern multifunctional product, this study also aims to analyze a business feasibility study with the object of LuwHe's business research. The data collection methods used in this research are quantitative and qualitative methods. Based on financial reports for three years starting from 2021 to 2023, data analysis shows that LuwHe's business has a stable profit if it is run consistently. In addition, the results of the qualitative analysis carried out show that LuwHe's business can develop and survive in the face of competitors in the market world.*

**Keywords:** Boreh, Herbal Scrub, 5 in 1 (brightening, moisturizing, removing dead skin cells, warming, overcoming muscle pain)

## **PENDAHULUAN**

Nenek moyang Indonesia banyak sekali meninggalkan warisan. Salah satunya adalah ramuan tradisional dengan berbagai manfaat bagi kesehatan. Semakin maju teknologi semakin banyak orang yang meninggalkan cara lama dan beralih ke cara yang lebih modern dengan alasan kepraktisan. Contohnya adalah ramuan tradisional yang saat ini mulai ditinggalkan. Pada masa sekarang, jika seseorang mengalami nyeri otot dan pusing mereka lebih memilih meminum obat pereda nyeri dibandingkan harus mengobati dengan cara tradisional. Padahal, obat pereda nyeri jika digunakan dalam jangka panjang akan menimbulkan efek samping yang serius.

Terinspirasi dari ramuan tradisional yang biasa disebut dengan ‘boreh’, namun dibalut dalam versi modern yaitu LuwHe, sebuah produk lulur herbal yang berasal dari Bali. Kata LuwHe

tersebut diambil dari singkatan Luwlur Herbal. Sesuai dengan namanya lulur herbal ini terbuat dari bahan tradisional seperti jahe, kunyit, beras, dan minyak zaitun sehingga aman digunakan untuk semua kalangan, tak terkecuali anak-anak.

LuwHe menggunakan bahan-bahan alami sehingga dipercaya memiliki khasiat yang baik dan aman meskipun digunakan dalam jangka waktu panjang. Di pasar sering kita jumpai lulur dengan fungsi yang monoton. Perusahaan lulur hanya mengklaim bahwa produknya dapat mencerahkan, melembabkan dan mengangkat sel kulit mati. Hal tersebut menjadi sebuah kesempatan kami dalam berinovasi. Bisa dikatakan LuwHe unggul dibandingkan lulur lainnya karena fungsinya 5 *in* 1 yaitu mencerahkan, melembabkan, mengangkat sel kulit mati, menghangatkan sekaligus mengatasi rasa nyeri otot. Peran jahe yang memberikan sensasi hangat mampu meredakan nyeri otot sekaligus menghangatkan badan, serta bahan lainnya seperti beras dan kunyit yang dapat mencerahkan serta mengangkat sel kulit mati. dan yang terakhir minyak zaitun yang berfungsi untuk melembabkan kulit. Dengan harga terjangkau dan merogoh kantong sekitar Rp30.000 saja untuk 100 gram, kita bisa merasakan sensasi kehangatan badan dan kelembaban kulit yang dihasilkan oleh LuwHe.

Adanya LuwHe ini diharapkan ramuan tradisional ‘boreh’ khas Bali kembali banyak dikenal oleh banyak kalangan dan dapat memudahkan konsumen untuk menggunakan ramuan tradisional dengan praktis dan nyaman. Sekaligus mewariskan resep nenek moyang mulai ditinggalkan. Dengan demikian, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji studi kelayakan bisnis dari usaha LuwHe menggunakan analisis dari aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Theart*), aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek produksi, aspek yuridis, dan aspek lingkungan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Perusahaan merupakan suatu organisasi produk yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Beberapa unsur penting terlibat dalam terbentuknya perusahaan yang nantinya akan menghasilkan suatu kesatuan yang akan berproses hingga tercapainya visi dan misi perusahaan tersebut, Unsur-unsur penting tersebut terdiri dari organisasi, produksi, dan kebutuhan.

Dalam sebuah perusahaan akan tercipta suatu organisasi yang akan mengatur jalannya perusahaan. Organisasi dalam perusahaan bersifat dinamis, yang artinya organisasi dapat menyesuaikan dengan kondisi perusahaan, dengan berkumpulnya manusia-manusia yang memiliki tujuan sama dan berusaha mencapai tujuan tersebut. Hal ini berarti organisasi diciptakan untuk membuat suasana kerja yang baik.

Setelah organisasi terbentuk dalam perusahaan, proses produksi berlangsung dan dijalankan oleh masing-masing unsur yang menyusun organisasi tersebut. Produksi merupakan suatu proses dimana perusahaan menyatukan unsur sumber daya manusia dengan sumber-sumber ekonomi untuk menghasilkan suatu kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat. Kebutuhan tersebut bisa berbentuk jasa maupun barang yang nantinya dimanfaatkan oleh masyarakat sehingga perusahaan memperoleh keuntungan. Memperoleh keuntungan tinggi dengan biaya produksi yang minimal menjadi salah satu tujuan utama organisasi.

## IDENTITAS PERUSAHAAN

Suatu organisasi akan terbentuk oleh dua atau lebih orang dengan tujuan yang sama. Begitu juga dengan organisasi di perusahaan dalam bisnis yang telah kami rencanakan ini. Bisnis yang diberi nama “Luwhe” diambil dari nama lulur herbal yang bergerak di bidang kecantikan. Didirikan oleh tiga orang yang memiliki tujuan sama. Mereka adalah Kadek Ayu Rismayanti, Fitria Retno Arifiani, dan Mohammad Haikhal. Bisnis Luwhe ini beralamat lengkap di Jalan Tegal Wangi No. 10 Sesetan, Denpasar Selatan, Bali

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed method*. *Mixed Method Research* adalah metode penelitian yang diaplikasikan bila peneliti memiliki pertanyaan yang perlu diuji dari segi outcomes dan prosesnya, serta menyangkut kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan data berupa angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sedangkan, metode kualitatif merupakan metode penelitian yang data-datanya berupa kata-kata atau kalimat (Abubakar, 2021).

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif didasarkan pada hasil perhitungan *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Break Even Point* (BEP) pada proyeksi laporan keuangan selama tiga tahun sejak 2021 hingga tahun 2023. *Payback period* menjadi acuan dimana suatu periode diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi menggunakan aliran kas. Perhitungan selisih *present value* investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih di masa mendatang dihitung perusahaan dinamakan dengan *net present value*. *Internal rate of return* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa mendatang atau penerimaan kas dengan mengeluarkan investasi awal (Sugiyanto, Nadi, dan Wenten, 2020). Sedangkan, *break even point* dijadikan acuan untuk mengetahui hubungan beberapa variabel dalam kegiatan perusahaan.

Selain menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatifnya didasarkan pada analisis aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Theart*), aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek produksi, aspek yuridis, dan aspek lingkungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis aspek-aspek studi kelayakan bisnis LuwHe didasarkan pada beberapa aspek seperti SWOT, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek produksi, aspek yuridis.dan aspek lingkungan. Analisis aspek studi kelayakan bisnis ini bertujuan memperkecil risiko yang terjadi pada suatu bisnis, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun risiko yang tidak dapat dikendalikan.

### 1. ASPEK SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Theart*)

Analisis SWOT terdiri dari analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu bisnis yang akan dijalankan. Salah satu kekuatan dari LuwHe ini adalah menggunakan resep khusus warisan nenek moyang, menggunakan bahan-bahan alami dengan kualitas terbaik sehingga aman digunakan dalam jangka waktu panjang dan aman untuk semua kalangan usia. Bahan-bahan yang diperoleh dari petani utama dan terpercaya sehingga bahan-bahan diperoleh dengan harga yang cukup terjangkau namun memiliki kualitas terbaik.

Selain memiliki kekuatan, kelemahan bisnis LuwHe ini adalah bersaingnya dengan obat-obatan modern atau produk kecantikan yang sudah memiliki nama besar di pasaran. Nama-nama brand atau produk tersebut menjadi salah satu kelemahannya.

Sebuah bisnis tidak akan diciptakan tanpa melihat adanya peluang besar di pasaran. Begitu juga dengan bisnis LuwHe ini, peluang yang menjadikan LuwHe ini terjun ke pasaran adalah adanya keinginan untuk menjaga resep warisan nenek moyang yang kini telah terlupakan, adanya kebutuhan masyarakat akan produk yang aman digunakan dalam jangka waktu panjang tanpa efek samping yang berlebihan, serta aman digunakan untuk kalangan usia.

Saat bisnis sudah terjun ke pasaran, ancaman-ancaman pasti berdatangan dari semua sisi. Ancaman yang dihadapi dalam pemasaran LuwHe ini adalah bersaingnya dengan produk di online shop berupa obat-obatan modern atau produk kecantikan dengan *brand/merk* terkenal dan harga bahan baku yang tidak dapat diprediksi sehingga akan berpengaruh pada harga produksi dan harga jual.

## 2. ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

Aspek pasar dan pemasaran menggunakan teknik Marketing Mix 4P, namun seiring berkembangnya waktu menjadi Marketing Mix 7P. Marketing Mix 7P terdiri dari *price* (harga), *product* (produk), *place* (tempat), *process* (proses), *promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), dan *packaging* (kemasan).

Bisnis lulur herbal 'LuwHe' ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau bagi semua kalangan usia terlebih dengan manfaat dari bahan alaminya. Harga yang ditawarkan sebesar Rp30.000,00 untuk 100 gram. Harga yang cukup terjangkau dengan kandungan bahan alami dan manfaat *5 in 1* yang ditawarkan. Manfaat *5 in 1* tersebut yaitu mencerahkan, melembabkan, mengangkat sel kulit mati, menghangatkan sekaligus mengatasi nyeri otot.

Lulur herbal 'LuwHe' ini mejadi inovasi modern lulur 'boreh' khas Bali yang merupakan warisan nenek moyang. Jadi, produk LuwHe diproduksi di Bali dan dipasarkan di dua kota berbeda yaitu Malang dan Surabaya mengingat kedua kota tersebut menjadi kota pelajar. Pelajar dan mahasiswa menjadi salah satu *customer segments* dalam bisnis LuwHe.

LuwHe diproduksi menggunakan tenaga manusia dan tenaga mesin. Tenaga manusia digunakan dalam proses pengupasan bahan baku, pencampuran, dan pengemasan. Sedangkan, penggunaan tenaga mesin pada saat menghaluskan bahan baku sebelum masuk ke tahap pencampuran. Setelah proses pembuatan produk selesai, untuk mencapai ke tangan konsumen. Kami melakukan promosi di beberapa media sosial dan marketplace dengan memberikan subsidi ongkir, memberikan diskon pembelian, mengadakan *giveaway*, dan memberikan rewards kepada reseller saat melampaui target penjualan. Promosi dilakukan di media sosial seperti instagram didesain dengan penataan layout yang menarik dan tertata rapi berisi konten-konten menarik.

Bisnis LuwHe didirikan oleh tiga orang utama yaitu Kadek Ayu Rismayanti, Fitria Retno Arifiani, dan Mohammad Haikhal. Selain sebagai owner, kami juga sekaligus menjadi pengelola bisnis mulai dari pembelian persediaan bahan baku, proses produksi. hingga penjualan dan distribusi.

Produk lulur herbal 'LuwHe' dikemas dalam bentuk jar plastik berukuran 100 gram dengan identitas produk kami di bagian badan jar secara melingkar. Dalam pengemasan saat pengiriman menggunakan *bubble wrap* dan kardus untuk mencegah kebocoran saat perjalanan.

## 3. ASPEK TEKNIK DAN TEKNOLOGI

Teknologi untuk memproduksi barang/jasa telah dan terus berkembang sesuai kemajuan zaman. Dalam hal ini kita juga dapat mengetahui adanya keuntungan dan kelemahan setiap teknologi yang ada. Suatu produk tertentu biasanya diproses dengan lebih dari satu cara. Dalam hal ini kami memilih teknologi untuk memproduksi LuwHe menggunakan akan modern yaitu blender tangan listrik, dimana hal ini menggantikan cobek atau tumbuk sebagai alat penghancur atau menghaluskan bahan baku dalam produksi LuwHe.

Blender dianggap memiliki kelebihan dalam efisien dan hemat waktu dalam memproduksi LuwHe. Hal ini juga akan menghasilkan hasil yang sama jika menggunakan alat tradisional, namun yang menjadikan perbedaan yaitu pada estimasi

waktu yang diperkirakan. Perlengkapan dan peralatan penunjang lainnya yang digunakan terbuat dari stainless steel. Pemilihan peralatan dari bahan ini karena anti korosi, perawatan yang cukup mudah, dan higienis. Perlengkapan dan peralatan penunjang tersebut seperti meja, wadah, sendok, panci, dan pengaduk serta sendok takar.

Dalam pengawasan kualitas LuwHe, kami menjadikan kualitas sebagai suatu kesatuan karakteristik yang menentukan apakah LuwHe dapat memenuhi harapan konsumen. Maka, kita menentukan tiga hal yaitu perencanaan kualitas, pengendalian kualitas, dan perbaikan kualitas. Membuat produk LuwHe dengan kualitas terbaik menjadi target utama kami. Dengan perencanaan kualitas ini kami akan memastikan bahwa bahan baku yang diolah harus sesuai standar yang telah kami tetapkan dan berkualitas terbaik sehingga aman bagi konsumen di semua kalangan usia.

Kualitas terbaik diperoleh dari adanya pengendalian yang senantiasa dilakukan. Sebelum masuk proses produksi yaitu memastikan bahan baku yang diperoleh berkualitas tinggi. Pengecekan dan evaluasi produk setelah jadi juga akan dilakukan sebelum proses distribusi ke konsumen. Guna perbaikan dan meningkatkan kualitas, kami sangat terbuka akan saran dan kritik dari konsumen demi kemajuan dan kebaikan bisnis kami.

#### **4. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA**

LuwHe didirikan, dimiliki, dan dikelola oleh tiga orang. Salah satunya berasal dari Bali yang memiliki pengetahuan mengenai bisnis lulur herbal yaitu 'boreh' dari keluarga secara turun temurun dan memiliki partner atau pelanggan dari keluarga, sehingga menjadi potensi dan peluang bagi pemilik usaha untuk menjalankan dan mengembangkan usaha LuwHe ini.

Pengelolaan bisnis LuwHe dilakukan oleh tiga orang utama. Dengan proses produksi sebanyak empat kali dalam satu bulan. Sebagai pendiri sekaligus pengelola utama, maka kami harus memiliki spesifikasi kerja khusus yaitu mampu mengelola bisnis mulai dari pemesanan bahan baku, produksi lulur, packing, distribusi, hingga pengelolaan keuangan bisnis.

#### **5. ASPEK PRODUKSI**

Proses produksi atau operasional bisnis LuwHe dilakukan dengan pembelian bahan baku dan bahan packaging yang diperoleh dari petani dan pemasok seperti beras, jahe, kunyit, minyak zaitun, vitamin E, parfum, jar plastik, dan label merk. Setelah pembelian bahan baku dan sebelum masuk ke proses produksi. Bahan baku disortir lalu masuk ke proses pengupasan kulit jahe dan kunyit hingga bersih dan memotongnya kecil-kecil untuk mempermudah saat proses penghalusan.

Setelah jahe dan kunyit dihaluskan, keduanya dicampur dengan minyak zaitun, vitamin E, dan parfum yang selanjutnya diaduk sampai tercampur rata. Selanjutnya masukkan lulur ke dalam jar plastik dan mengukurnya sebanyak 100 gram setiap jar. Jar ditutup rapat dan dipastikan tutup tidak mengalami kebocoran lalu menempelkan label merek sebagai identitas usaha.

## **6. ASPEK YURIDIS**

Unit usaha diberi nama LuwHe yang merupakan singkatan dari Luwlur Herbal dan bergerak di bidang kecantikan dengan memproduksi lulur herbal dari bahan-bahan alami. Usaha LuwHe memiliki legalitas dengan didukung oleh dokumen bahan hukum agar usaha yang dilaksanakan berjalan lancar dan aman bagi keselamatan pengguna. Dokumen pendukung lain berupa tanda daftar perusahaan dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

Mengacu pada adanya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Pasal 1 Tentang Surat Permohonan Surat Izin Usaha Perdagangan yang selanjutnya disebut SP-SIUP adalah formulir permohonan izin yang diisi oleh perusahaan yang memuat data-data perusahaan untuk memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan Kecil/Menengah/Besar.

## **7. ASPEK LINGKUNGAN**

Dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus dapat mempertahankan pasar yang dimiliki, dan merebut pasar yang sudah ada, maka perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam merencanakan strategi usaha yang ingin dijalkannya (Hasoloan, 2018). Salah satu strategi awal yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan mengenali ancaman lingkungan bisnisnya.

Ancaman masuknya pendatang baru yang akan menjual produk serupa tentunya menjadi ancaman terhadap perkembangan sebuah bisnis. Dalam bisnis LuwHe ini, ancaman masuknya pendatang baru bisa dari masyarakat yang memproduksi boreh. Mengingat boreh ini menjadi ciri khas di Bali yang mudah untuk diproduksi sendiri oleh masyarakat Bali yang mengetahui resep khususnya.

Ancaman adanya pengganti juga menjadi ancaman serius pada perkembangan suatu bisnis. Dalam bisnis LuwHe, produk pengganti bisa saja masuk dari sisi perusahaan kosmetik atau obat-obatan modern yang lebih simple digunakan maupun dikonsumsi, tanpa harus perlu mengoleskan ke badan terlebih dahulu.

Ketika barang/jasa telah masuk pasaran, pembeli pasti akan melakukan tawar menawar sebelum melakukan transaksi jual beli. Pembeli melakukan tawar menawar akan berperan dalam menurunnya harga suatu produk. Selain itu, pembeli juga melakukan penawaran dalam hal kualitas yang akan membuat kompetitor saling

bersaing. Produk LuwHe ini tidak ada proses tawar menawar harga. Karena, harga yang dicantumkan sudah cukup terjangkau dan pastinya akan mengalami kenaikan harga sesuai dengan harga bahan baku.

## 8. ASPEK KEUANGAN

Perhitungan *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Break Even Point* didasarkan pada proyeksi laporan keuangan selama tiga tahun sejak tahun 2021 hingga tahun 2023. Berikut merupakan hasil dari perhitungan aspek keuangan selama tiga tahun.

**Tabel 1. Proyeksi Arus Kas Selama Tiga Tahun**

Keterangan	2021	2022	2023
Pendapatan	Rp 324.000.000	Rp 347.004.000	Rp 370.788.000
Pengeluaran	Rp 81.815.375	Rp 85.674.775	Rp 89.736.463
Laba Setelah Pajak	Rp 205.856.931	Rp 222.129.841	Rp 238.893.806
Arus Kas	Rp 206.872.306	Rp 223.145.216	Rp 239.909.181

Diketahui pada tabel proyeksi arus kas selama tiga tahun di atas, pendapatan selalu naik di setiap tahunnya kurang lebih sebanyak Rp23.000.000,00 dan diiringi dengan kenaikan pengeluaran kurang lebih sebanyak Rp4.000.000,00 di setiap tahunnya. Maka, pendapatan dan pengeluaran tersebut berpengaruh pada laba dan arus kas perusahaan yang juga ikut meningkat di setiap tahunnya. Sehingga diketahui bahwa, bisnis LuwHe ini memiliki arus kas yang selalu meningkat sebanyak 2,2% di tahun 2022 dan di tahun 2023 meningkat sebanyak 2,4%.

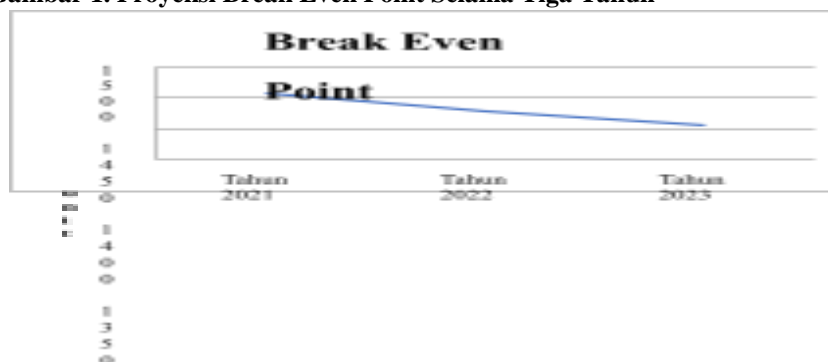
Berdasarkan analisis data dalam aspek keuangan dan proyeksi arus kas maka diperoleh nilai *payback period* dan *break even point* selama tiga tahun seperti tabel berikut.

**Tabel 2. Nilai PP dan BEP**

Aspek Keuangan	2021	2022	2023
Payback Period	0,53	0,47	0,41
Break Even Point (unit)	1.457	1.428	1.405

*Payback period* mencerminkan dimana pengeluaran investasi perusahaan akan tertutup kembali oleh aliran kas dalam periode tahunan. Pada tahun 2021, diperoleh nilai *payback period* sebesar 0,53 dan di setiap tahunnya mengalami penurunan yang artinya di setiap tahun modal akan tertutup lebih cepat dari tahun sebelumnya. Tahun 2021 nilai PP sebesar 0,53 yang artinya pengeluaran investasi akan tertutup arus kas selama kurang lebih 6,5 bulan maka dalam setahun bisa hampir dua kali perputaran pengeluaran investasi akan tertutup. Begitu pula dengan tahun 2022 dan 2023 yang membutuhkan waktu lebih singkat yaitu kurang lebih selama lima bulan saja sehingga dalam setahun perputaran pengeluaran akan tertutup sebanyak dua kali.

**Gambar 1. Proyeksi Break Even Point Selama Tiga Tahun**



*Break even point* yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk unit yang dimana unit tersebut mencerminkan kuantitas yang harus tercapai agar laba yang didapatkan setara dengan pengeluaran dalam proses produksinya. Seperti pada gambar 1 mengenai proyeksi *break even point* selama tiga tahun diketahui bahwa BEP unit menurun setiap tahunnya, sebanyak 29 unit lebih rendah dari tahun 2021 dan sebanyak 23 unit lebih rendah dari tahun 2022. Artinya, pada tahun 2021 bisnis LuwHe perlu menjual sebanyak 1.457 unit untuk menyetarakan laba dengan pengeluaran dalam proses produksinya. Begitu pula dengan tahun 2022 dan tahun 2023 yang memerlukan sebanyak 1.428 unit dan 1.405 unit terjual.

Perhitungan lain dalam aspek keuangan selain *payback period* dan *break even point* adalah *net present value*. *Net present value* digunakan untuk mengukur peluang investasi. Biasanya digunakan saat menghitung modal untuk menganalisis potensi keuntungan suatu bisnis atau investasi yang akan dilaksanakan. NPV merupakan metode paling umum untuk mengevaluasi kelayakan bisnis, proyek atau investasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil NPV sebesar Rp 304.683.013,00 berarti investasi yang hendak dilakukan dalam bisnis LuwHe mampu menghasilkan keuntungan sekitar Rp 304.683.013,00 setelah biaya pembelian dan bunga lunas.

*Internal rate of return* merupakan sebuah indikator tingkat efisiensi sebuah investasi. Metode IRR digunakan untuk menghitung tingkat bunga suatu investasi dan menyamakannya dengan nilai investasi saat ini berdasarkan perhitungan kas bersih di masa depan. Rate of return sebesar 3,5% dan diperoleh nilai IRR sebesar 4,5% yang berarti angka 4,5% termasuk lebih besar. Berdasarkan prinsip dasar IRR, investasi dalam bisnis LuwHe ini bisa diterima.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari metode-metode yang digunakan, penelitian ini menunjukkan bahwa usaha dari LuwHe ini menghasilkan profit yang menjanjikan. Hal ini ditunjukkan dari perhitungan laba selama tiga tahun sejak 2021 hingga 2023. Laba yang dihasilkan dari usaha LuwHe ini mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya penjualan tiap tahun. Analisis studi kelayakan bisnis lainnya seperti aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Theart*), aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek produksi, aspek yuridis, dan aspek lingkungan juga memunjukkan bahwa bisnis LuwHe ini layak untuk dijalankan dan dapat berkembang serta bertahan dalam persaingan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta Edisi* : 57.

Republik Indonesia. 2007. Peraturan Menteri Perdagangan Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan. Jakarta: Menteri Perdagangan Indonesia.

Sugiyanto, Nadi, L. & Wenten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis Teknik Mengetahui Bisnis Dapat Dijalankan atau Tidak*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).