

Analisis Kelayakan Bisnis Keripik Usus Ayam *Iki Uyam* Sebagai Calon UMKM di Kota Malang

Aisyah Putri Aliyah^{1*}, Ainun Segar Rahmawati², Tomy Rizky Izzalqurny³
^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

[*aisyah.putri.2004226@students.um.ac.id](mailto:aisyah.putri.2004226@students.um.ac.id)

Abstrak

Pada masa pandemi COVID-19 yang terjadi hingga saat ini, pemerintah Indonesia masih terus berupaya untuk memulihkan ekonomi nasional melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional. Salah satu kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam melaksanakan program tersebut adalah dengan selalu memberikan dukungan kepada UMKM. Keripik usus merupakan salah satu industri kecil yang dikembangkan oleh masyarakat di Malang. Keberadaan industri kecil keripik usus tersebut memiliki peran yang penting pada pengolahan hasil samping daging ayam menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan dapat berkontribusi secara positif untuk menciptakan kesempatan kerja. Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis kelayakan usaha dari suatu rencana bisnis keripik usus ayam yang bernama “Iki Uyam” (Iki Kripik Usus Ayam). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berdasarkan perhitungan aspek keuangan dan kualitatif yang berdasarkan penjelasan aspek non-keuangan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha Iki Uyam layak dijalankan karena keempat aspek kelayakan bisnis yang dianalisis oleh penulis menunjukkan hasil yang baik.

Kata Kunci: Analisis, Kelayakan Bisnis, Iki Uyam, UMKM

Abstract

During the COVID-19 pandemic that occurred until now, the Indonesian government is still working to restore the national economy through the National Economic Recovery Program. One of the activities carried out by the government in implementing the program is to continue to provide support to SMES. Intestinal chips are one of the small industries developed by the community in Malang. The existence of the small industry of intestinal chips has an important role in processing chicken byproducts into products that have high economic value and can contribute positively to creating job opportunities. This study aims to analyze the business feasibility of a chicken gut chip business plan named "Iki Uyam (Iki Kripik Usus Ayam)". This research uses a quantitative approach based on calculation of financial and qualitative aspects based on explanations of non-financial aspects. From the results of the study, it can be concluded that Iki Uyam's business is feasible to run because the four aspects of business feasibility analyzed by the author show good results.

Keywords: Analysis, Business Feasibility, Iki Uyam, UMKM

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi COVID-19 yang terjadi hingga saat ini, pemerintah Indonesia masih terus berupaya untuk memulihkan ekonomi nasional melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional. Salah satu kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam melaksanakan program tersebut adalah dengan selalu memberikan dukungan kepada UMKM. Berdasarkan (Limanseto 2021), UMKM merupakan dasar atau landasan terpenting dan utama bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan dari jumlah UMKM di Indonesia yang pada tahun 2021 mencapai 64,19 juta. Dari jumlah tersebut, komposisi Usaha Mikro dan Kecil sebesar 64,13 juta atau 99,92% dari sektor usaha secara keseluruhan.

Di samping hal tersebut, berdasarkan data yang dirilis Katadata Insight Center (KIC) dalam (Limanseto 2021), sebagian besar UMKM (82,9%) menerima dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% UMKM yang masih dapat mengalami pertumbuhan positif selama pandemi. Beberapa lembaga lain seperti BPS, Bappenas, dan World Bank dalam (Limanseto 2021) menyatakan bahwa dari hasil survei banyak UMKM yang mengalami kesulitan akibat pandemi ini. UMKM mengalami kesulitan dalam melunasi hutang dan membayar tagihan listrik, gas, dan gaji karyawan. Beberapa diantara UMKM yang ada bahkan hingga terpaksa melakukan pemecatan karyawan / PHK. Masalah yang terjadi tidak hanya itu saja, tetapi mereka juga merasa kesulitan dalam memperoleh bahan baku, permodalan, turunnya jumlah konsumen, serta distribusi dan produksi yang terganggu. Menanggapi permasalahan tersebut, Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam (Limanseto 2021) mengatakan bahwa pemerintah berusaha menyediakan sejumlah dukungan melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, penambahan bantuan modal, pengurangan pembayaran tagihan listrik dan dorongan yang lainnya. Beberapa dukungan dari pemerintah tersebut diharapkan dapat kembali membangkitkan perekonomian nasional dalam sektor UMKM.

(Fadilah et al. 2021) menjelaskan bahwa dukungan dari pemerintah tersebut hendaknya dapat dimanfaatkan untuk pengembangan UMKM. Adanya pengembangan UMKM ini merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk dalam negeri. Selain itu, UMKM juga dapat menampung tenaga kerja yang ada dalam jumlah yang lebih besar sehingga tingkat pengangguran dapat berkurang. Oleh karena itu, pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan peran dari pemerintah tetapi juga dari masyarakat yang berperan sebagai pemilik dan pengelola UMKM. Pihak UMKM harus dapat memanfaatkan potensi yang mereka miliki untuk dapat menciptakan produk yang unggul dan diminati oleh banyak orang.

(Ananda and Susilowati 2019) mengemukakan bahwa di Malang telah banyak berkembang industri dengan berbagai jenis usaha dan skala usaha yang mempunyai produk-produk unggulan dan berdaya saing tinggi. Produk-produk unggulan tersebut meliputi kerajinan keramik, bordir, kerajinan mebel, perhiasan (*accessoris*), kaligrafi, makanan dan lain-lain. Hal tersebut tentunya dapat terjadi karena adanya sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk yang lama dan produk yang baru. Perkembangan ekonomi kreatif ini akan menjadi salah satu tanda keberhasilan pembangunan daerah yang diikuti dengan peningkatan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat, khususnya di Kota Malang.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis dari suatu rencana bisnis keripik usus ayam yang bernama "Iki Uyam (Iki Kripik Usus

Ayam) dengan menggunakan aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, keuangan, hukum, serta lingkungan.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan skalanya, UMKM terdiri atas tiga bentuk usaha yang meliputi Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Usaha Miko, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi yang produktif dan didirikan oleh perseorangan atau badan usaha perorangan dengan memenuhi syarat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

2.2 Studi Kelayakan Bisnis

2.2.1 Pengertian

(Rita Nurmalina 2018) dalam bukunya yang berjudul “Studi Kelayakan Bisnis” menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan studi yang menelaah atau menganalisis mengenai apakah suatu investasi dapat memberikan manfaat atau hasil apabila dilaksanakan. Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu studi yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu rencana bisnis layak untuk dijalankan atau tidak.

2.2.2 Persyaratan Studi Kelayakan Bisnis

(Rita Nurmalina 2018) dalam bukunya yang berjudul “Studi Kelayakan Bisnis” menerangkan bahwa dalam studi kelayakan bisnis terdapat beberapa persyaratan yang harus terpenuhi yang sebagai berikut.

- 1) Prinsip ketelitian dan kehati-hatian harus ada saat melakukan studi kelayakan.
- 2) Studi kelayakan dilaksanakan apabila data yang mendukung telah lengkap dan akurat.
- 3) Pelaksanaan studi kelayakan harus dilaksanakan dengan kejujuran.
- 4) Pelaksanaan studi kelayakan harus dilaksanakan dengan objektif.
- 5) Pelaksanaan studi kelayakan harus dilaksanakan dengan adil tanpa memihak pada kepentingan tertentu.
- 6) Studi kelayakan harus bisa diuji ulang apabila dibutuhkan untuk mengetahui kebenaran dari hasil studi.

Dari enam persyaratan tersebut dapat kita simpulkan bahwa dalam melakukan analisis studi kelayakan bisnis harus memerhatikan prinsip ketelitian, kehati-hatian, kejujuran, dan objektivitas dengan menggunakan data pendukung yang lengkap dan akurat.

2.3 Identitas Perusahaan

Usaha kami bernama “Iki Uyam” (Iki Kripik Usus Ayam) karena usaha kami bergerak di bidang kuliner yang memproduksi keripik berbahan dasar usus ayam dengan tidak menggunakan MSG sehingga akan menghasilkan olahan makanan yang lezat dan menyehatkan. Kami berharap usaha kami dapat menjadi keripik yang disukai oleh seluruh masyarakat luas, tidak hanya di Kota Malang.

Satu bungkus keripik Iki Uyam dengan berat 100 gram dihargai Rp10.000 menggunakan kemasan *ziplock* untuk menjaga kerenyahan keripik dan diberi desain yang menarik. Iki Uyam juga tersedia dalam beberapa varian rasa seperti pedas, jagung bakar dan rumput laut. Keripik Iki Uyam juga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga dewasa.

Nama Badan Usaha : Firma. Iki Uyam Merdeka
Pemilik : Ainun Segar Rahmawati
Aisyah Putri Aliyah
Alamat : Jl. Simpang Sulfat Selatan, Pondok Mulia B-202, Kel.
Pandanwangi Kec. Blimbing
No. Hp : 08228643727

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam menganalisis data. Pendekatan kuantitatif menganalisis hasil perhitungan yang terdapat pada aspek keuangan seperti laporan laba rugi, laporan arus kas, dan analisis kelayakan usaha. Pendekatan kualitatif menganalisis penjelasan analisis aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, hukum, serta lingkungan. Objek penelitian ini adalah suatu rencana bisnis keripik usus ayam yang bernama Iki Uyam (Iki Kripik Usus Ayam).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Karena adanya perkembangan teknologi saat ini, pasar produk juga turut mengalami perkembangan. Dari yang awalnya para peminat keripik usus hanya di wilayah Indonesia, kini sudah merambah hingga ke manca negara. Dengan meningkatnya permintaan ini, penjual keripik usus ayam juga bertambah. Meskipun demikian, penawaran keripik usus ayam masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan penawaran keripik jenis lainnya, seperti keripik singkong atau keripik pisang. Sehingga keripik usus masih memiliki peluang usaha yang bagus.

Satu bungkus keripik Iki Uyam dengan berat 100 gram dihargai Rp10.000. Iki Uyam juga tersedia dalam beberapa varian rasa seperti pedas, jagung bakar dan rumput laut. Keripik Iki Uyam juga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Karena industri makanan merupakan salah satu sektor industri yang memiliki banyak peminat, maka kami memperkirakan usaha kami akan banyak diminati oleh para pecinta kuliner.

Produk Iki Uyam nantinya akan didistribusikan melalui *reseller-reseller*, *e-commerce*, dan promosi melalui media sosial akan disediakan pengiriman menggunakan Gosend dan Grab Express untuk wilayah Malang, serta beberapa ekspedisi seperti JNE, J&T, dan SiCepat untuk wilayah luar kota Malang. Upaya promosi untuk menginformasikan keberadaan Iki Uyam kepada calon pembeli juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan TikTok, mengikuti pameran atau bazar, memberikan bonus untuk reseller, dan pemberian voucher diskon kepada konsumen.

Kemasan dapat menjadi sarana informasi bagi pembeli serta menjadi bagian dari strategi pemasaran produk. Desain kemasan yang menarik akan lebih mudah diingat oleh konsumen (Hal

et al. 2020). Oleh karena itu agar dapat menarik perhatian konsumen, kemasan produk dibuat semenarik mungkin dengan warna hitam dan merah yang identik dengan rasa pedas. Kemasan Iki Uyam juga menggunakan ziplock untuk menjaga kerenyahan keripik.



Gambar 1. Logo Produk Iki Uyam



Gambar 2. Desain Kemasan Produk Iki Uyam

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Untuk menjalankan usaha ini dibutuhkan 3 karyawan untuk melakukan beberapa pekerjaan. Karyawan 1 bertugas untuk membeli bahan baku dan peralatan serta mengecek kondisinya, mencatat persediaan bahan baku, kas, dan mengemas pesanan pembelian secara *online*. Karyawan 2 bertanggung jawab atas pengolahan bahan baku, penggunaan peralatan, serta melayani pembelian *offline*. Lalu karyawan 3 bertugas untuk menggoreng dan mengemas produk, serta melakukan pemasaran.

Informasi rekrutmen karyawan disebarkan melalui poster yang dipublikasikan di media sosial dan menempelnya di depan toko. Lalu dilanjutkan seleksi lampiran CV (*Curriculum Vitae*) dan wawancara untuk pelamar yang lolos seleksi. Kemudian dilakukan orientasi bagi pelamar yang berhasil lolos tahap wawancara, dengan membimbing para pegawai baru mengenai pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan. Masa percobaan diberikan selama tiga hari kerja agar mereka bisa memahami pekerjaan masing-masing.

Aspek Keuangan

Sumber dana yang digunakan sebagai modal untuk mendirikan usaha Iki Uyam berasal dari modal pemilik yang sesuai dengan Tabel 1. Rincian Biaya, yaitu sebesar Rp15.000.000 dengan umur ekonomis selama 8 tahun. Berikut adalah rincian biaya investasi Iki Uyam dalam setahun.

Keterangan	Nilai
Peralatan	2.875.000
Bahan Baku	33.720.000
Biaya Tetap	24.600.000
Biaya Lain-lain	8.460.000
Total Biaya	69.655.000

Tabel 1. Rincian Biaya

Adapun perkiraan pendapatan terdapat pada Tabel 2. Perkiraan Pendapatan Penjualan sebagai berikut.

Tahun ke-	Jumlah (Pcs)	Harga Jual	Pendapatan
1	12.000	10.000	120.000.000
2	13.500	10.000	135.000.000
3	15.000	10.000	150.000.000

Tabel 2. Perkiraan Pendapatan Penjualan

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam pendapatan adalah sebagai berikut.

- 1) Harga penjualan 1 bungkus keripik adalah Rp. 10.000,- untuk keripik bungkus ekonomis berat 100g.
- 2) Produksi Iki Uyam adalah 1000 bungkus/ bulan dengan terjual habis untuk setiap bulannya. Sehingga total penjualan dalam setahun adalah 12.000 pcs, dan diasumsikan mengalami peningkatan penjualan sebanyak 1.500 pcs per tahunnya.

Laporan Laba Rugi IKI UYAM			
	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Penjualan	120.000.000	135.000.000	150.000.000
Harga Pokok Penjualan			
Harga Pokok Produksi			
Bahan baku	33.720.000	36.939.000	43.377.000
Biaya overhead pabrik	24.960.000	24.960.000	24.960.000
Total Harga Pokok			
Produksi	58.680.000	61.899.000	68.337.000
Lab Kotor	61.320.000	73.101.000	81.663.000
Pajak (0,5%)	306.600	365.505	408.315
Biaya penyusutan	359.375	359.375	359.375
Biaya lain-lain	8.460.000	9.165.000	9.870.000
Total biaya	9.125.975	9.889.880	10.637.690
Lab bersih	52.194.025	63.211.120	71.025.310

Tabel 3. Laporan Laba Rugi Iki Uyam Selama Tiga Tahun

Harga Pokok Penjualan IKI UYAM 1 Januari 2021			
Bahan baku		33.720.000	
Biaya overhead pabrik		33.060.000	
HPP (12.000 pcs)			66.780.000
HPP per bungkus			5.565
Harga jual = HPP + margin			
10.000 = 5.565 + Margin			
Margin = 10.000 - 5.565			
Margin = 4.435			

Tabel 4. Harga Pokok Penjualan Iki Uyam

**Laporan Arus Kas
IKI UYAM
Periode 31 Desember**

Uraian	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Initial Cashflow			
Investasi awal	15.000.000		
Operational Cashflow			
Pendapatan	120.000.000	135.000.000	150.000.000
Biaya-biaya			
a. Biaya penyusutan	359.375	359.375	359.375
b. Biaya tetap	24.600.000	24.600.000	24.600.000
c. Biaya bahan baku	33.720.000	36.939.000	43.377.000
d. Biaya lain-lain	8.460.000	9.165.000	9.870.000
EBIT	52.860.625	63.936.625	71.793.625
Pajak (0,5%)	264.303	319.683	358.968
EAT	52.596.322	63.616.942	71.434.657
Cashflow	52.955.697	63.976.317	71.794.032

Tabel 4. Laporan Arus Kas Selama Tiga Tahun

Analisis kelayakan usaha Iki Uyam menggunakan beberapa kriteria kelayakan investasi yaitu, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI). Sedangkan Payback Period (PP) digunakan untuk menghitung jangka waktu pengembalian investasi pada usaha Iki Uyam. Lalu BEP digunakan untuk mencari titik impas, dimana tidak terjadi kerugian dan keuntungan.

1) Payback Periode

Payback Period digunakan untuk mengukur jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan biaya investasi awal yang telah dikeluarkan oleh investor untuk usaha Iki Uyam.

$$= n + \frac{(a - b)}{(c - b)} \times 12 \text{ bulan}$$

n = Tahun terakhir saat besaran arus kas masih belum bisa menutupi investasi awal.

a = Total investasi awal.

b = Total kumulatif arus kas pada tahun ke-n

c = Total kumulatif arus kas pada tahun ke (n+1)

Payback Period Iki Uyam:

$$\begin{aligned}
 &= 1 + \frac{(69.655.000 - 52.955.697)}{(116.932.014 - 52.955.697)} \times 12 \text{ bulan} \\
 &= 1 + (0,261024 \times 12 \text{ bulan}) \\
 &= 3 \text{ bulan} + (0,13228 \times 30 \text{ hari}) \\
 &= 3 \text{ hari}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa waktu yang dibutuhkan Iki Uyam untuk mengembalikan modal adalah selama 1 tahun 3 bulan 3 hari. Lebih cepat dari umur ekonomis yang ditetapkan yaitu selama 8 tahun. Maka proyek ini layak untuk dijalankan.

2) Net Present Value (NPV)

NPV adalah nilai sekarang dari proyek yang sedang dikerjakan. NPV diperoleh dari selisih arus kas terhadap investasi yang dikeluarkan. Apabila perhitungan NPV menunjukkan hasil positif maka usaha tersebut dikatakan layak untuk dijalankan. Jika nilai NPV kurang dari nol maka usaha tidak layak dijalankan. Sedangkan jika nilai NPV sama dengan nol maka proyek dalam keadaan Break Even Point (BEP). Berikut adalah hasil perhitungan NPV pada usaha Iki Uyam.

Tahun Ke-	Net Cashflow	DF 12%	Present Value
1	52.955.697	0,893	47.289.437
2	63.976.317	0,797	50.989.125
3	71.794.032	0,712	51.117.351
Total Present Value			149.395.913
Investasi			69.655.000
Net Present Value			79.740.913

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh hasil NPV yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini layak dijalankan dan mampu menghasilkan keuntungan sekitar 79.740.913 setelah setelah dikurangi total biaya usaha.

3) Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat bunga yang apabila dipergunakan untuk mendiskonto seluruh selisih kas masuk pada tahun-tahun proyek akan menghasilkan jumlah kas yang sama dengan jumlah investasi proyek. Untuk mendapatkan nilai IRR, maka ditentukan rate bunga saat NPV = 0. Jika nilai IRR lebih besar dari pada *discount factor* (DF), maka investasi dinilai layak dijalankan. Bila nilai IRR sama dengan DF maka investasi dapat balik modal. Sedangkan jika nilai IRR lebih kecil dari DF maka investasi dinilai tidak layak.

Tahun Ke-	Net Cashflow	DF 70%		DF 60%	
		DF	PV	DF	PV
1	52.955.697	0,589	31.190.905	0,625	33.097.311
2	63.976.317	0,347	22.199.782	0,391	25.014.740
3	71.794.032	0,204	14.645.983	0,245	17.589.538
Total Present Value			68.036.670		75.701.588
Investasi			69.655.000		69.655.000
Net Present Value			-1.618.330		6.046.588

Perhitungan IRR sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 &= P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1} \\
 &= 60\% - (6.046.588) \times \frac{70\% - 60\%}{-1.618.330 - 6.046.588} \\
 &= 60\% - (6.046.588) \times \frac{10\%}{-7.664.918} \\
 &= 60\% + 7,89\% \\
 &= 67,89\%
 \end{aligned}$$

Perhitungan diatas menunjukkan bahwa usaha Iki Uyam layak untuk dijalankan karena nilai IRR lebih besar dari tingkat bunga yang diterapkan yaitu 67,89% > 12%.

4) Profitability Index (PI)

Profitability Index digunakan untuk menghitung kemampuan usaha Iki Uyam dalam menghasilkan keuntungan. Nilai PI diperoleh dengan membandingkan PV (*present value*) arus kas dengan nilai investasi proyek. Apabila $PI > 1$, maka proyek tersebut dapat diterima. Perhitungan PI usaha Iki Uyam sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 PI &= \frac{\text{Nilai Aliran Kas Masuk}}{\text{Nilai investasi}} \\
 PI &= \frac{188.726.046}{69.655.000} \\
 &= 2,71
 \end{aligned}$$

Bersasarkan hasil perhitungan di atas, maka usaha Iki Uyam dapat dikatakan layak karena nilai PI menunjukkan hasil lebih dari 1, yaitu 2,71.

5) Break Even Poin (BEP)

BEP atau *Break Even Point* adalah keadaan dimana pendapatan yang diperoleh sama dengan modal yang dikeluarkan, dengan kata lain tidak terjadi keuntungan atau kerugian. Berikut adalah perhitungan BEP usaha Iki Uyam.

$$\begin{aligned}
 BEP \text{ (Unit)} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Harga variabel per unit}} \\
 &= \frac{24.600.000}{10.000 - 2.810} \\
 &= \frac{24.600.000}{7.180} \\
 &= 3.435,7 \approx 3.436 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka perusahaan harus memproduksi keripik usus ayam sebanyak 3.436 unit dalam setahun untuk mencapai *Break Even Point* (BEP). Dalam hal ini Iki Uyam mampu memproduksi 12.000 pcs keripik per tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan ini dapat menghasilkan keuntungan.

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \text{BEP Unit} \times \text{Harga jual per unit} \\ &= 3.436 \times \text{Rp}10.000 \\ &= \text{Rp}34.360.000 \end{aligned}$$

Jika perusahaan memproduksi sebanyak 3.436 bungkus keripik, maka keuntungan yang akan diperoleh adalah sebesar Rp34.360.000.

Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan industri terdiri dari dua analisis, yaitu analisis lingkungan industri dan analisis dampak lingkungan (AMDAL). Dalam analisis aspek lingkungan industri, negosiasi dengan pemasok-pemasok perlu dilakukan agar dapat diperoleh harga bahan baku yang terjangkau dan menekan biaya produksi. Serta terus berinovasi dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan pelayanan konsumen, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media sosial, serta memberikan promo-promo yang menarik agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor lainnya. Lalu dalam analisis AMDAL, limbah yang dihasilkan dari Iki Uyam berupa limbah rumah tangga yang terdiri dari limbah organik seperti kotoran usus yang dibersihkan, dan sampah atau kupasan dari rempah-rempah yang digunakan, serta limbah non-organik yang berasal dari bungkus tepung dan plastik sisa *packaging* akan ditanggulangi dengan mengumpulkan limbah organik dan dijadikan pakan ternak, sedangkan limbah non-organik dibuang ke tempat pembuangan sampah sementara terdekat. Minyak jelantah dari hasil penggorengan akan dijual atau didaur ulang, dan asap yang dihasilkan dari penggorengan tidak berbahaya bagi kesehatan. Dengan demikian aspek ini dapat dikatakan layak karena telah memenuhi aturan yang berlaku.

SIMPULAN

Analisis kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui apakah gagasan bisnis yang dirancang layak dijalankan atau tidak. Penulis menganalisis kelayakan bisnis Iki Uyam dengan melihat empat aspek kelayakan bisnis, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek keuangan, dan aspek lingkungan. Dalam aspek pasar dan pemasaran perusahaan membanderol harga per bungkus keripik usus ayam sebesar Rp10.000, dan harga ini tergolong standar dengan harga keripik usus ayam di pasaran saat ini. Sehingga Iki Uyam mampu bersaing dengan kompetitornya. Dalam aspek manajemen dan sumber daya manusia perusahaan telah menyusun prosedur rekrutmen dengan baik dan memberikan masa percobaan selama tiga hari bagi para karyawan baru untuk memahami tugas-tugasnya. Dalam aspek keuangan telah dilakukan proyeksi keuangan dan pendapatan selama tiga tahun. Serta dilakukan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI), *Payback Period* (PP) dan *Break Even Point* (BEP) untuk mencari titik impas. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa bisnis Iki Uyam akan menguntungkan. Lalu dalam analisis lingkungan industri, perusahaan telah menyiapkan strategi untuk bersaing dengan para kompetitornya. Dalam analisis AMDAL pun perusahaan telah mampu mengelola limbah usaha dengan baik, serta produksi keripik usus ayam dikatakan tidak berbahaya bagi siapa pun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha Iki Uyam layak dijalankan karena keempat aspek kelayakan bisnis yang dianalisis oleh penulis menunjukkan hasil yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, Amin Dwi, and Dwi Susilowati. 2019. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang." *Jurnal Ilmu Ekonomi* X(X):120-42.

- Fadilah, Akmal, Alma nur'azmi Syahidah, Aris Risqiana, Ayu sofa Nurmaulida, Dewi Dara Masfupah, and Cucu Arumsari. 2021. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(4):892–96. doi: 10.31949/jb.v2i4.1525.
- Hal, Tahun, Bob Foster, Fitriani Reyta, Muhamad Deni Johansyah, Bernadetha Nadeak, Elferida Sormin, Universitas Informatika, Universitas Padjajaran, and Universitas Kristen Indonesia. 2020. "Peranan Desain Kemasan Dan Branding Dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan PENDAHULUAN Sudaryatmo (2011) Menyatakan Pemahaman Merek Lokal Belum Biasanya Berukuran Lebih Besar Terdapat Pada Dry Food , Kemasan Dibuat Agar Pers." 2:479–86.
- Limanseto, Haryo. 2021. "Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih Di Masa Pandemi." *Www.Ekon.Go.Id*. Retrieved March 14, 2022 (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>).
- Rita Nurmalina, T. S. A. K. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Penerbit IPB Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. 2008. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008." (1).