

**EVALUASI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHASIOMAY AYAM SAMBAL
GOANG (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)**

Deny Suteja Ginanjar Raksa Gunawan¹, Dewi Nurbaiti, S.Ikom., M.M.²

1

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

2

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

The purpose of this study was to evaluate the Business Feasibility the Sambal Goang Chicken Siomai from the legal, environmental, market and marketing, technical and technological aspects, human resource management, finance, and social aspects (Case Study in Bandung). The research method used was naturalistic qualitative. The Sambal Goang Chicken Siomai is one of the readymade processed food products and also frozen food from Dapoer Ceu Giok's production. The results of the study stated that the Sambal Goang Chicken Siomai is declared feasible to be developed, this is assessed from legal aspect, environmental aspect, market and marketing aspect, technical and technological aspect, management and human resources aspect, financial aspect, and social aspect.

Keywords: *Kelayakan Bisnis*

Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00,2020).

©2020 *Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

Profile and corresponding author : Deny Suteja Ginanjar Raksa Gunawan adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* deny.suteja.grg@gmail.com.

How to cite this article : Gunawan, D., Nurbaiti, D (2022) 'Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Siomay Ayam Sambal Goang (Studi Kasus Di Kota Bandung)', 2(1), pp. 134–146. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>.

PENDAHULUAN

Dapoer Ceu Giok merupakan salah satu pelaku usaha UMKM yang memproduksi Siomay menggunakan bahan baku utama berupa Ayam. Usaha yang didirikan pada awal tahun 2019 ini pada mulanya sebagai bentuk penghasilan tambahan saja. Tetapi seiring dengan meningkatnya waktu dan adanya pandemi Covid-19, pemilik akhirnya menjadikan usaha Siomay Ayam Sambal Goang ini sebagai penghasilan utama.

Pemilihan bahan baku Daging Ayam merupakan kejelian pemilik dalam melihat peluang usaha dimana umumnya Siomay terbuat dari bahan baku utama Ikan. Daging Ayam adalah salah satu bahan makanan yang menjadi favorit bagi masyarakat Indonesia dengan harganya yang cukup terjangkau dibandingkan dengan daging hewani lainnya membuat daging ayam semakin digemari oleh siapapun.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengembangkan Bisnis Siomay Ayam Sambal Goang ini, dimana untuk mendukung pengembangan usaha tersebut diperlukan adanya sebuah studi kelayakan yang bertujuan untuk mengurangi risiko kegagalan suatu investasi. Selain untuk kepentingan usaha, penulis juga mengangkatnya sebagai bahan dalam penulisan Skripsi dengan judul “Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Siomay Ayam Sambal Goang (Studi Kasus di Kota Bandung)” dengan mengacu kepada Buku Studi Kelayakan Bisnis, Pendekatan Praktis (Dr. Suliyanto : 2010).

Dapoer Ceu Giok sebagai salah satu produsen baru dalam industri makanan jadi di Kota Bandung hadir dengan produknya yaitu Siomay Ayam Sambal Goang yang merupakan salah satu alternatif camilan bagi warga Kota Bandung yang suka dengan makanan pedas. Produk yang ditawarkan oleh Dapoer Ceu Giok ini dapat dikatakan sebagai inovasi sebab produk ini belum pernah ada sebelumnya di pasaran, dengan modal awal Rp. 20.000.000 (Dua Puluh Juta Rupiah) dengan rincian sebagai berikut:

Tabel I.1 Biaya Investasi Pada Usaha Siomay Ayam Sambal Goang

No.	Jenis Investasi	Nilai
1	Peralatan	Rp 10.280.000
2	Bahan Baku Selama 14 Hari	Rp 7.000.000
3	Biaya Operasional Selama 30 Hari	Rp 1.050.000
4	Gaji Karyawan Selama 30 Hari	Rp 1.500.000
5	Biaya Lain-Lain	Rp 170.000
	Jumlah Investasi Awal	Rp 20.000.000

Berdasarkan jumlah investasi tersebut mampu menghasilkan pendapatan sebagai berikut:

Tabel I. 2 Jumlah Produksi dan Nilai Penjualan Siomay Ayam Sambal Goang

No	Tahun	Jumlah Produksi (pcs)		Harga Satuan		Nilai		Jumlah
		Cup Besar	Cup Kecil	Cup Besar	Cup Kecil	Cup Besar	Cup Kecil	
1	2019	6253	7518	Rp30.000	Rp16.000	Rp187.590	Rp128.000	Rp308.000
2	2020	5516	7166	Rp30.000	Rp16.000	Rp165.480	Rp114.650	Rp286.000
Total Pendapatan								Rp588.014.000

LITERATUR REVIUW

1. Administrasi Bisnis

Perkembangan administrasi terjadi seiring dengan berjalannya waktu, sehingga sangat dimungkinkan sebuah teori memiliki perbedaan tentang suatu persepsi dari tepi tersebut. Menurut Taried(Faried, 2011: 12) arti dari administrasi:

“Administrasi adalah kerja sama manusia yang tidak saja didasarkan pada pertimbangan rasio, tetapi juga atas dasar realitas, empiric tentang esensi eksistensi manusia dalam pencapaian tujuan bersama.”

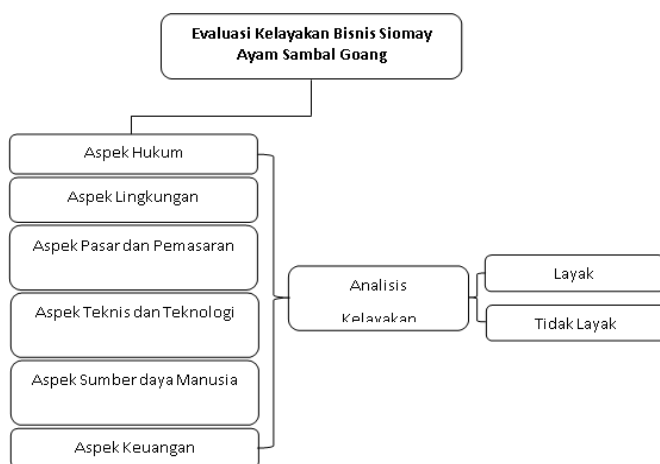
Administrasi bisnis dijalankan oleh seorang administrator, yang didalam praktek bisa merupakan seorang-orang (misalnya : Direktur), namun bisa juga merupakan suatu Dewan (Direksi). Pemilik perusahaan yang aktif berusaha dan memikul resikonya disebut Enterpreneur atau Pengusaha atau Usahawan atau Niagawan atau *Business Man* atau Wiraswasta.

2. Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Sunyoto (2014: 44), Studi Kelayakan Bisnis merupakan “Penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan”. Sedangkan Rangkuti (2012: 21) menyatakan bahwa Studi Kelayakan Bisnis dan investasi adalah analisis kelayakan tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan. Dimana proyek yang dianalisis berupa proyek bisnis atau proyek investasi dengan tujuan separuh bisnis dan separuh sosial, seperti proyek investasi pembangunan jalan tol, kawasan industri, terminal, serta berbagai proyek investasi lainnya.

Suliyanto (2010 : 9), untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang dijalankan atau tidaknya sebuah ide bisnis, Studi Kelayakan Bisnis yang mendalam perlu dilakukan pada beberapa aspek kelayakan bisnis, yaitu; Aspek Hukum, Aspek Lingkungan, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis dan Teknologi, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia dan Aspek Keuangan.

Model Konseptual :



METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat naturalistik. Penelitian Naturalistik adalah penelitian yang digunakan untuk kondisi obyektif alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna, bukan generalisasi. Pendekatan ini dikemukakan oleh Lexy J. Moelong (2012: 6) mengemukakan: “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.”

Selanjutnya, jenis penelitian menggunakan deskriptif. Menurut Bungin (2011:68) penelitian menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan,

meringkas berbagai kondisi, situasi dan fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian. Format deskriptif kualitatif umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus.

Penelitian ini lebih menekankan pada observasi dan suasana alamiah (natural Setting), yakni mencari teori dan bukan menguji teori, heuristic dan verifikasi. Untuk mendapatkan data yang akurat dan riil, peneliti sendiri yang langsung ke lapangan (participant observasi). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengamatan, wawancara dan merekam seluruh kronologis dan kejadian yang terjadi di lapangan serta mengumpulkan dokumen resmi yang diperlukan.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Menurut Ruslan (2013: 23) mengemukakan “wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap informan (subjek)”. Wawancara berarti menggali informasi sebanyak-banyaknya dari informan. Dalam penelitian ini wawancara informal, wawancara dengan menggunakan pedoman, dan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Hubungan pewawancara dengan yang diwawancarai adalah dalam suasana biasa, wajar, sedangkan pertanyaan dan jawabannya berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari. Pembicaraan informal ini dilakukan terutama kepada informan yang telah lama dikenal atau yang dapat diajak bicara dengan bebas karena informan banyak mengetahui informasi tentang penelitian ini.

2. Observasi

Satori & Komariah (2017: 104), observasi adalah penelitian dan pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk perolehan data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya. Bungin (2003) dalam Satori & Komariah (2009:105), observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Sugiyono (2016: 310) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi partisipasi (partisipasi pasif, partisipasi moderat, partisipasi aktif, dan partisipasi lengkap), observasi yang secara terang-terangan, dan observasi tidak berstruktur. Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti sendiri adalah jenis observasi partisipasi pasif. Peneliti akan terjun langsung ke lapangan, mengamati kegiatan Bisnis Siomay Ayam Sambal Goang di Bandung.

3. Dokumentasi

Melalui teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni, dan karya pikir. Studi dokumen dalam kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

C. Penentuan Informan

Wawancara menggunakan pedoman wawancara dilakukan dengan menyusun garis

besar yang akan ditanyakan secara berurutan. Wawancara ini dilakukan terutama kepada key informan (Informan kunci), terdiri dari:

Tabel III. 1 Informan

Informan	Jabatan Informan
1	Pemilik Usaha Siomay Ayam Sambal Goang
2	Pegawai Siomay Ayam Sambal Goang
3	Pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang
4	Pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang
5	Pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang
6	Pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang
7	Pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang

D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data selama dilapangan Model Miles and Huberman (Sugiyono, 2016: 247-252), yaitu sebagai berikut :

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal – hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan dataselanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Data yang diperoleh dari lapangan yang berupa data sekunder, yaitu data tersebut telah melalui proses teknik pengumpulan data melalui wawancara, kemudian penulis mereduksi data dengan memfokuskan pada data yang pokok dan penting yaitu data-data yang akan dijadikan penulis sebagai bahan penelitian dengan tujuan memperoleh informasi data yang bisa dipercaya kebenarannya (akurat).

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Data yang disajikan penulis dalam bentuk display pada setiap kategori kesalahan dengan tujuan agar mudah dipahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan kerja selanjutnya.

3. Concluding Drawing/ Verification (Penarikan Kesimpulan / verifikasi)

Langkah yang ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan data verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang akan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Temuan dapat berupa deskriptif gambaran suatu objek yang sebelumnya masih gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan

kausal atau interaktif dari data display yang disajikan dan didukung oleh data-data terpercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Studi Kelayakan Bisnis Siomay Ayam Sambal Goang Penilaian atas aspek hukum dianggap penting, mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, segala aturan yang berkaitan dengan izin atau berbagai persyaratan lain perlu terlebih dahulu dipenuhi. Secara umum aspek kelayakan usaha diantaranya adalah aspek hukum, pada usaha bisnis olahan Siomay Ayam Sambal Goang ini, memiliki potensi di Kota Bandung. Usaha Siomay Ayam Sambal Goang merupakan bagian dari UMKM, agar usaha Siomay Ayam Sambal Goang diakui dan terlindung dimata hukum, pemilik usaha telah mendaftarkan perizinan usaha yaitu Nomor Induk Usaha. Adanya NIB, akan mempermudah Pemilik Usaha Siomay Ayam Sambal Goang mengurus beberapa perizinan lainnya. Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB Siomay Ayam Sambal Goang dengan nama Usaha Dapoer Ceu Giok dengan nomor NIB 1213000320286.

Sedangkan dari aspek lingkungan, hal yang perlu dipertimbangkan dalam menjalankan suatu usaha adalah menentukan tempat Usaha yang strategis, ditinjau dari akses lokasi, tingkat kepadatan penduduk di sekitar lokasi, tingkat pendapatan masyarakat sekitar, hingga keamanan dan perizinan. Dengan didukung oleh Lingkungan Kota Bandung, yang dikenal memiliki berbagai macam wisata kuliner. Diketahui bahwa penjualan Siomay Ayam Sambal Goang dilakukan pada lingkungan seperti Sekolah, Showroom Mobil, Motor, Perkantoran, Bank, Salon, Tempat Wisata dan Kantor Pemerintahan. Potensi keberhasilan dalam mengenalkan Siomay Ayam Sambal Goang pada konsumen di Kota Bandung dapat memperoleh minat yang positif. Siomay Ayam yang dijual dengan Sambal Goang akan menambah daya tarik tersendiri dan mempunyai peluang untuk mendapatkan laba yang cukup menguntungkan. Dari dari aspek pasar dan pemasaran, produk dapat dikatakan baik, apabila memberikan solusi bagi kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena hal-hal yang membedakan bisnis satu dengan yang lain adalah: 1) Atribut Produk; 2) Manfaat; dan 3) Kemasan Produk. Untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, dan memberikan manfaat serta secara tidak langsung memenuhi keinginan konsumen, pemilik usaha terus mengembangkan dan menarik minat pembeli dengan cara memperkenalkan logo, membentuk opini dan menciptakan kesan yang menarik melalui gambar-gambar produk Siomay Ayam Sambal Goang. Untuk mencapai tujuan penjualan, aktivitas penjualan mengenai produk Siomay Ayam Sambal Goang ialah mempersuasikan sasaran pasar untuk para pembeli, salah satu caranya adalah penentuan lokasi penjualan. Pengembangan pasar Siomay Ayam Sambal Goang memiliki potensi di Kota Bandung atau sampai dengan Jabodetabek. Dengan perencanaan selama 5 tahun kedepan, Siomay Ayam Sambal Goang mampu menjadi

pilihan jajanan yang harganya terjangkau, memiliki rasa yang enak, dan disukai oleh para konsumen diberbagai tempat, khususnya Kota Bandung dan daerah Jabodetabek.

Dari perencanaan jangka panjang tersebut, Siomay Ayam Sambal Goang yang telah hadir sejak 2019, sudah melakukan inovasi dalam penjualan secara online, dengan platform yang dipilih ialah seperti Go Food, Facebook dan Instagram. Pemasaran yang menggunakan penjualan sistem online, relatif memiliki risiko gagal dan biaya pemasaran yang rendah, apabila dibandingkan dengan Kios Konvensional. Dari data dokumentasi teknologi melalui media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi Siomay Ayam Sambal Goang sebagai berikut: 1) Pada Instagram konsumen melakukan aktivitas seperti membuat cerita pada story Instagram, 2) memposting feed foto produk dan pengalamannya telah merasakan Siomay Ayam Sambal Goang, 3) Menggunakan hastag #siomayayamsambalgoang, untuk mendukung dan menyampai informasi yang dimilikinya. Sebagian keputusan bisnis mempunyai dampak yang cukup luas, melihat aspek teknis dan teknologi misalnya pilihan untuk menjalankan bisnis dengan produk Siomay Ayam Sambal Goang. Keputusan-keputusan seperti ini menyentuh setiap bidang fungsional dan mempengaruhi lapisan yang terkait dalam bisnis tersebut. Pada aspek teknis ini, dapat disebut sebagai aspek produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini meliputi masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak, penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi dalam memproduksi Siomay Ayam Sambal Goang.

Dan dalam menunjang seluruh kegiatan dalam aspek teknis dan teknologi, penting adanya aspek manajemen sumber daya manusia, yang menjadi komponen penting berkembangnya bisnis Siomay Ayam Sambal Goang. Adapun fungsi-fungsi manajemen dilihat dari: a) Perencanaan (*Planning*). Aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan melalui analisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Pada bisnis Siomay Ayam Sambal Goang sumber daya manusia yang dimiliki adalah: a) Pemilik Usaha Siomay Ayam Sambal Goang; b) Pegawai Sales dan Marketing Siomay Ayam Sambal Goang; dan c) Pegawai Produksi Siomay Ayam Sambal Goang yang bertugas melakukan produksi Siomay Ayam Sambal Goang, dan dapat menjamin kepuasan konsumen akan terhadap produk Siomay Ayam Sambal Goang yang dibuatnya.

Dan untuk mengetahui kelanjutan Siomay Ayam Sambal Goang, dapat dinilai dari analisis aspek keuangan. Pada nilai NPV dari bisnis Siomay Ayam Sambal Goang memiliki nilai NPV yang layak untuk dikembangkan. Dengan analisis teori Jika nilai NPV > 0 , maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Dan nilai NPV Siomay Ayam Sambal Goang adalah 25.196.883 atau NPV > 0 . Dan untuk mengetahui tingkat bunga yang menggambarkan bahwa antara *benefit* (penerimaan) yang telah *dipresent valuekan* dan *cost* (pengeluaran) yang telah *dipresent valuekan* sama dengan nol maka nilai IRR Siomay Ayam Sambal Goang adalah 17% dan 2%,

maka dapat disimpulkan bahwa bisnis Siomay Ayam Sambal Goang layak untuk terus dikembangkan atau jika $IRR >$ tingkat bunga berlaku, maka proyek dinyatakan layak. Dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan jual beli Siomay Ayam Sambal Goang dengan nilai B/C adalah 1,18 pada tahun 2019 dan 1,17 pada tahun 2021, maka kriterianya adalah jika Net B/C ratio > 1 , maka investasi layak karena memberikan keuntungan. Selain itu diketahui bahwa kemampuan untuk mengembalikan investasi yang sudah ditanamkan pada usaha Siomay Ayam Sambal Goang ini adalah rata-rata waktu yang dibutuhkan adalah selama 1 Tahun 8 bulan.

Dengan kelayakan bisnis Siomay Ayam Sambal Goang, maka dilihat dari aspek sosial bahwa keberadaan Siomay Ayam Sambal Goang memberikan kesempatan lapangan kerja baru bagi tenaga produksi dan tenaga marketing/pemasaran, bagi mitra Go-Food, dan Grab Food, yang sudah tentu bisnis ini turut serta mengurangi angka pengangguran, serta membantu meningkatkan mutu hidup orang-orang yang terkait dalam berkembangnya bisnis Siomay Ayam Sambal Goang.

Upaya dan Hambatan Siomay Ayam Sambal Goang Dalam menjalankan bisnis Siomay Ayam Sambal Goang, pemilik usaha berupaya, memberikan kualitas produk siomay yang sehat dengan harga yang terjangkau, menyediakan layanan pesan antar menggunakan aplikasi Go-Food dan grab Food. Mencoba memperluas jaringan penjualan ke Jabodetabek melalui aplikasi media sosial seperti Instagram, Facebook dan juga pelayanan online chat melalui media WhatsApp.

Untuk hambatan yang dialami dalam menjalankan bisnis Siomay Ayam Sambal Goang adalah konsumen baru yang tidak mengenal Sambal Goang. Ada kekhawatiran terhadap rasa Siomay ayam yang dipaduraskan dengan Sambal Goang. Bagi konsumen baru yang belum mencoba Siomay Ayam Sambal Goang, mereka jauh memilih untuk membeli Siomay dengan Sambal Kacang, dibandingkan Siomay dengan varian rasa yang baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1) Aspek Hukum

Setelah menjalankan usaha Siomay Ayam Sambal Goang selama 2 tahun, izin NIB baru dapat diperoleh pada Maret 2021. Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB Siomay Ayam Sambal Goang dengan nama Usaha Dapoer Ceu Giok dengan nomor NIB 1213000320286. NIB Siomay Ayam Sambal Goang merupakan identitas pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan usaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;

2) Aspek Lingkungan

Lingkungan mampu mempengaruhi pelanggan Siomay Ayam Sambal Goang. Diketahui bahwa penjualan Siomay Ayam Sambal Goang dilakukan pada lingkungan seperti Sekolah, Showroom Mobil Motor, Perkantoran, Bank, Salon, Tempat Wisata dan Kantor

Pemerintahan. Dari lokasi penjualan Siomay Ayam Sambal Goang di Kota Bandung tersebut, lingkungan penjualan yang dipilih sudah memenuhi aspek dalam menentukan lokasi strategis penjualan;

3) Aspek Pasar dan Pemasaran

Sasaran pasar adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen. Usaha Siomay Ayam Sambal Goang menentukan sasaran pemasarannya adalah serbasama, yaitu dengan melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan;

4) Aspek Teknis dan Teknologi

Guna menghasilkan produk Siomay Ayam Sambal Goang yang memiliki nilai jual, peralatan utama yang digunakan secara teknis untuk pembuatan Siomay yang berkualitas dan kuat adalah Blender, freezer, termos Siomay dan vacum sealer. Sedangkan peralatan untuk menyimpan semua bahan tersebut agar tetap berkualitas dan lebih tahan lama adalah kulkas, freezer, dan panci kulkas;

5) Aspek Lingk Aspek Sumber daya Manusia

Berkembangnya usaha Bisnis Siomay Ayam Sambal Goang, pemilik usaha memperkerjakan 2 (dua) orang pegawai. 1 (satu) pegawai bekerja sebagai penjual dalam memasarkannya, dan 1 (satu) pegawai lainnya bertugas untuk melakukan produksi Siomay Ayam Sambal Goang, tugas pemilik usaha adalah membantu dalam urusan pemasaran dan lainnya yang mendukung keberlangsungan bisnis Siomay Ayam Sambal Goang;

6) Aspek Keuangan

dari hasil wawancara dengan pemilik didapat data-data sebagai berikut:

C_0 = Investasi Awal
 = Rp 20.000.000

C_1 = Pendapatan Tahun 2019 – Pengeluaran Tahun 2019
 = Rp 307.878.000 – Rp 281.100.000 = Rp 26.778.000

C_2 = Pendapatan Tahun 2020 – Pengeluaran Tahun 2020
 = Rp 280.136.000 – Rp 258.100.000 = Rp 22.036.000

r = 8% (asumsi)

Sehingga :

- Perhitungan NPV

TAHUN	Bt	DF 8%	
INVESTASI AWAL	-	1	- 20.000.000
TAHUN 1	26.778.000	0,9259	24.793.750
TAHUN 2	22.036.000	0,9259	20.403.132
NPV			25.196.883

- Perhitungan IRR

Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Siomay Ayam Sambal Goang (Studi Kasus Di Kota Bandung)

TAHUN	B t	DF 8%		NPV/ Bt	% Untun g	r	% Untun g - r	IRR r+(NPV /Bt) x rr	KE T
INVEST ASI AWAL	- 20.00 0.000	1	- 20.000. 000						
TAHUN 1	26.778 .000	0,9 259	24.793. 750	4.793 .750	18%	8%	10%	17%	LA YA K
TAHUN 2	22.036 .000	0,9 259	20.403. 132	403.1 32	2%	8%	-6%	2%	LA YA K

- Perhitungan Benefit Cost Ratio

TAHU N	VARIAB EL COST (VC)	Rate (%)	B	C (VC/ r)	BC R	Ket
TAHU N 1	281.100.00 0	1,08	307.878.0 00	260.277.77 8	1,18	LAY AK
TAHU N 2	258.100.00 0	1,08	280.136.0 00	238.981.48 1	1,17	LAY AK

- Perhitungan Payback Period

Investasi (I0)	π	PP
20.000.000	24.793.750	0,8
20.000.000	20.403.132	1,0
Jumlah		1,8

Dari perhitungan selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dengan nilai sekarang dari arus kas yang keluar pada periode 2 tahun, menunjukkan bahwa bisnis Siomay Ayam Sambal Goang memiliki nilai NPV RP 25.196.883 yang layak untuk dikembangkan, seperti analisis teori Jika nilai NPV > 0, maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan;

b) diketahui bahwa nilai IRR Siomay Ayam Sambal Goang adalah 17% dan 2%, maka dapat disimpulkan bahwa bisnis Siomay Ayam Sambal Goang masih layak untuk terus dikembangkan; c) disimpulkan bahwa B/C dari bisnis Siomay Ayam Sambal Goang memiliki keuntungan dengan nilai BCR adalah 1,18 pada tahun 2019 dan 1,17 pada tahun 2021, maka kriterianya adalah Jika Net B/C ratio > 1, maka investasi layak karena memberikan keuntungan; dan d) kemampuan untuk mengembalikan investasi pada usaha Siomay Ayam Sambal Goang, rata-rata waktu yang dibutuhkan adalah selama 1 Tahun 8 Bulan.

Saran

Untuk terus mengembangkan dan mendapatkan keuntungan dari bisnis Siomay Ayam Sambal Goang, maka saran pada penelitian ini ialah: a) dari aspek pemasaran, pemilik usaha perlu mengenalkan produk Siomay Ayam Sambal Goang lebih aktif lagi melalui sosial dengan menggunakan fasilitas berbayar; b) dari aspek lingkungan, pemilik usaha juga perlu memperluas dan menambah lokasi penjualan bukan hanya di 7 lokasi, tetapi menambah lokasi penjualan pada warung-warung atau cafe-cafe.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] AA. Anwar Prabu Mangkunegara. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [2] Aan Komariah dan Djam'an Satori. 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- [3] Ali, Faried. 2011. Teori dan Konsep Administrasi dari Pemikiran Pragmatik Menuju Redefinisi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- [4] Assauri, Sofjan. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo
- [5] Badriyah, M. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : CV Pustaka Setia.
- [6] Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- [7] Fahmi, Irham. 2015. Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab. Bandung: Alfabeta.
- [8] Freddy Rangkuti. 2012. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Hasibuan, Melayu S. P. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- [10] Ibrahim, Y. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Rineka Cipta.
- [11] Jumingan. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.
- [12] Kasmir & Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana.
- [13] Kasmir, & Jakfar. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Predana Media Grup.
- [14] Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Ruslan, Rosady. 2013. Metode Penelitian Komunikasi dan Public Relations, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [16] Sarinah dan Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [17] Siagian, S.P. 2003. Teori dan Praktek Kepemimpinan. Jakarta. Reneka Cipta.
- [18] Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- [19] Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis. Andi Offset. Yogyakarta.
- [20] Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.