

ANALISA KELAYAKAN BISNIS (AKB) PADA USAHA MIKRO (Studi Kasus 5 Pelaku Usaha Mikro Di Balikpapan)

Sugianto

Universitas Balikpapan

Pos-el : sugianto@uniba-bpn.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian (I) mengetahui langkah pelaku usaha sebelum membuka usaha dan (II) mengetahui implementasi konsep studi kelayakan bisnis (SKB) oleh pelaku usaha. **Metode penelitian** menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, rujukan pendekatan studi kasus kepada Rahardjo, 2017, langkahnya (1) pemilihan topik kasus, (2) Pembacaan & analisa literatur, (3) Merumuskan fokus dan masalah penelitian, (4) pengumpulan data, (5) Penyempurnaan data, (6) pengolahan data, (7) analisis data, (8) menyimpulkan hasil. Subyek penelitian ini 5 orang pelaku usaha mikro kecil bergerak di bidang usaha warung makanan dan 1 usaha penjualan sembako di 5 Kecamatan di Kota Balikpapan. Pengumpulan data menggunakan instrumen wawancara, terdiri dari 10 indikator Analisis data kelayakan bisnis (AKB), menggunakan transkripsi isi, dengan menganalisa tiap jawaban pertanyaan, dan mengkonfirmasi kembali jika ada jawaban belum dapat disimpulkan. **Hasil penelitian ;** Minat yang kuat mampu mendorong mewujudkan suksesnya bisnis. Berwirausaha tentu bermanfaat bagi lingkungannya, kontinuitas bisnis bergantung pada dukungan pelanggan loyal, manajemen efektif tentu di dukung sumberdaya; (1) SDM, (2) TI untuk operasional dan pemasaran, (3) Pengelolaan finansial dengan mengalokasikan pengembangan usaha, (4) memetakan resiko sejak awal, (5) mewaspadaai persaingan, (6) hilangnya pelanggan titik awal resiko besar. (7) mendengarkan dan berkomunikasi aktif ke pelanggan, (8) jejak positif usaha yercantum pada profil usaha menjadikan kepercayaan publik meningkat.

Kata kunci : *Studi kelayakan bisnis dan Usaha Mikro Kecil (UMK), dukungan pelanggan*

ABSTRACT

The Objectives Of The Research Are (I) To Find Out The Steps Of Business Actors Before Opening A Business And (Ii) To Know The Implementation Of The Business Feasibility Study (Skb) Concept By Business Actors. The Research Method Uses A Qualitative Method With A Case Study Approach, Referring To The Case Study Approach To Rahardjo, 2017, The Steps Are (1) Selecting Case Topics, (2) Reading & Analyzing Literature, (3) Formulating The Focus And Research Problems, (4) Collecting Data, (5) Data Improvement, (6) Data Processing, (7) Data Analysis, (8) Conclude The Results. The Subjects Of This Study Were 5 Micro And Small Business Actors Engaged In The Food Stall Business And 1 Food Sales Business In 5 Sub-Districts In The City Of Balikpapan. Collecting Data Using Interview Instruments, Consisting Of 10 Indicators. Analysis Of Business Feasibility Data (Imr), Using Content Transcription, By Analyzing Each Answer To The Question, And Confirming Again If Any Answers Cannot Be Concluded. Research Results; Strong Interest Is Able To Encourage Business Success. Entrepreneurship Is Certainly Beneficial For The Environment, Business Continuity Depends On The Support Of Loyal Customers, Effective Management Is Certainly Supported By Resources; (1) Hr, (2) It For Operations And Marketing, (3) Financial Management By Allocating Business Development, (4) Mapping Risks From The Start, (5) Being Aware Of

Competition, (6) Losing Customers The Starting Point Of A Big Risk.(7) Listen And Communicate Actively To Customers, (8) Positive Traces Of Business Listed On Business Profiles Increase Public Trust.

Key Words : Business And Micro Small Business (Umk) Feasibility Study, Customer Support

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan berintikan kematangan kepribadian dalam mengelola ide yang dimiliki seseorang, ide itu dioperionalkan dengan lngkah-langkah realistis menggunakan sumberdaya manajemen yang dimiliki, dihimpun dan didukung data mantap kemudian nilai dengan studi kelayakan untuk memutuskan suatu usaha yang ditekuninya layak dijalankan atau belum layak.

Kematangan kepribadian berwira usaha bagian dari karakter sesuatu yang berhubungan dengan watak, perilaku, tabiat, sikap seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin. Karakteristik seorang wirausaha yang baik, memiliki potensi dan motivasi untuk maju dalam segala situasi dan kondisi, mampu mengatasi masalah yang timbul tanpa mengharapkan bantuan dari pihak lain. Secara rinci karakteristik wirausaha ini terlihat dalam sikap dan jiwa yang harus dimiliki seorang wirausaha, (Kusumawati, 2017)

Wirausahawan tentu membutuhkan penataan diri, baik dari aspek ide-ide ingin diwujudkan lewat tindakannya, didukung kematangan kejiwaan, untuk digambarkan proses ide seseorang bisa dijalankan Zimmerman (1996) dalam (Raharja) kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan/usahanya. Ada 7 (tujuh) tahap dalam proses berfikir kreatif dalam kewirausahaan, yaitu : Tahap 1 : Persiapan

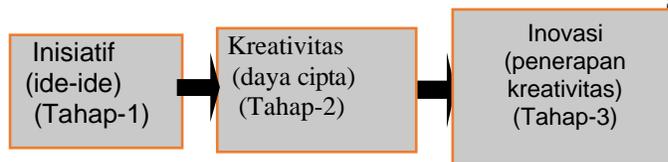
(Preparation) Tahap 2 : Penyelidikan (Investigation) Tahap 3 : Transformasi (Transformation) Tahap 4 : Penetasan (Incubation) Tahap 5 : Penerangan (Illumination) Tahap 6 : Pengujian (Verification) Tahap 7 : Implementasi (Implementation) (Zimmerer, 2008)

Setiap usaha yang dirancang dan dibangun dengan segenap tenaga dan pikiran seseorang harapannya bisa tumbuh berkembang dengan normal. Mengukur pertumbuhan usaha melalui tahapannya itu dipersiapkan dengan matang, sebelum usaha beroperasi. Jadi keberhasilan bisnisnya bukan sekedar harapan kosong, gigih membangun usaha ditandai kedewasaan karakter kuat wirausahawannya. Berpegang pada nilai-nilai karakter berwirausaha yang diyakini tentu membutuhkan proses kedewaan diri pengusaha bersangkutan.

Nilai tambah dan kebermanfaatan bagi dirinya maupun orang lain. Dengan sebagai rahasia kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah barang dan jasa lewat kreativitas dan inovasinya, karakternya ini mampu memecahkan masalah dan meraih peluang tanpa menunggu perintah atas (berinisiatif sendiri). (Suharyono, Sikap dan Perilaku Wirausaha, 2017)

Dari pandangan Suharyono diatas tergambar pada bagan alur kreativitas seorang wirausaha divisualkan berikut ini: Secara sederhana Langkah-langkah berifikir kreatif

sebagai berikut:



Gambar 1: Bagan 1. Tahap Inovasi
(Suharyono, Sikap dan Perilaku
Wirausaha, 2017 Vol 40 N0 56)

Setiap penguasaan ide kreatif pada tindakan berwirausaha membutuhkan acuan, yakni berupa konsep sebagai pedoman langkah untuk menjalankan tahapan bisnisnya. Alur berfikir kewirausahaan dan nilai-nilainya mampu menciptakan kemandirian usaha, semangat kewirausahaan yang dimiliki berpengaruh positif langsung langsung maupun tidak langsung pada kemandirian bisnis. (Hendrawan, 2018)

a. Pengertian Usaha Kecil dan Mikro

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 pengertian Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha

besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. (Sitepu, 2008)

Arah kemampuan wirausahawan agar menjadi mandiri membutuhkan penguasaan lapangan usaha, didalamnya terdapat bahan – bahan seperti data *update* di tengah masyarakat saat ini. Para pihak sering menyebutnya data studi pendahuluan lapangan. Pada bahasan ini Dedy Hendrawan, 2018 membagi perjalanan berwirausaha menjadi: (1) Tahap memulai, (2) Tahap melaksanakan usaha atau tahap "jalan", (3) Tahap mempertahankan usaha. (4) Tahap Mengembangkan usaha, Dedy Hendrawan 20018)

b. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis adalah penelitian dan penilaian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilakukan dengan berhasil (menguntungkan). Pengertian menguntungkan berhasil atau layak, pada sector swasta maupun pemerintah. disamping manfaat ekonomi masih ada manfaat lain yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan (Umar, 2009). Kelayakan dilakukan dengan analisis secara mendalam akan menghasilkan kesimpulan yang menentukan apakah usaha yang akan atau sedang dijalankan akan memberi manfaat yang lebih besar dibandingkan

dengan biaya yang dikeluarkan. Layak mempunyai pengertian signifikan secara finansial menuntungkan non finansial sesuai tujuan usahanya.

Istilah bisnis mengandung arti yang luas yakni mendalam dan kompleks, bisnis sebagai suatu pekerjaan, yang mengandung arti perencanaan usaha, mengelola dan mengarahkan serta mengendalikan jalannya suatu usaha sehingga diperoleh hasil catatan penting dari proses. Jadi kata bisnis dari uraian diatas di setarakan istilah proyek. Bisnis merupakan kegiatan yang dijalankan oleh sekelompok orang dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen) untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam kamus online Merriam-Webster (2016), bisnis didefinisikan sebagai aktivitas yang menghasilkan uang, membeli atau menjual barang ataupun menyediakan jasa yang dibayar dengan uang, "the activity of making, buying, or selling goods or providing services in exchange for money". (Sukmawati, 2019) Studi kelayakan bisnis, disebut juga studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian keberhasilan bagi pihak yang berorientasi profit dan yang nonprofit bisa berbeda. Bagi pihak yang berorientasi profit semata (Jamingan, 2011)

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek memiliki standar tertentu yang dinilai secara keseluruhan. Aspek-aspek yang dinilai dalam analisis studi kelayakan bisnis meliputi: (1) Aspek Hukum (2)

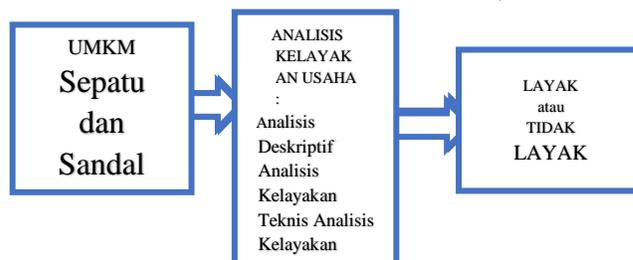
Aspek Pasar dan Pemasaran, (3) Aspek Keuangan, (4) Aspek Teknis/Operasi, (5) Aspek Manajemen/Organisasi, (6) Aspek Ekonomi dan Sosial, (7) Aspek dampak lingkungan (Jakfar, 2003) Dari aspek-aspek tersebut peneliti mencari indikator sesuai kebutuhan data yang ingin dikumpulkan melalui wawancara terstruktur.

c. Langkah pelaksanaan Studi Kelayakan Bisnis

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, agar bisnis yang ditentukan telah melewati langkah-langkah analisa bisnis secara ilmiah dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, ada beberapa tahapan studi yang hendak dikerjakan (Umar, 2009). Tahapan-tahapan yang dikerjakan ini bersifat umum berikut ini (1) Penemuan Ide. (2) Tahapan Penelitian. (3) Tahap Evaluasi. (4) Tahap Pengurutan. (5) Tahap Rencana Pelaksanaan. (6).Tahap Pelaksana.

Para ahli dan akademisi *expert*, pentingnya hasil studi kelayakan bisnis dijadikan sebagai bahan input perusahaan maupun pelaku usaha peseorangan sebagai pedoman bisnisnya. SKB disusun harus memenuhi unsur-unsur istandar ilmiah karenanya peneliti atau konsultan menggunakan kaidah metode penelitian tepat guna disajikan dengan sistematis, jelas dan meyakinkan. Pendapat lain mengemukakan langkah - langkah penyusunan studi kelayakan bisnis menggunakan metode ilmiah terdiri (a) Penemuan ide bisnis, (b) Melakukan studi pendahuluan, (c) Membuat desain studi kelayakan,

(d) Pengumpulan data, (e) Analisis & interpretasi data, (f) Menarik kesimpulan (g) Membuat rekomendasi (h) Penyusunan laporan Studi Kelayakan Bisnis, (h) Pelaksanaan Bisnis (Sulastris, 2016) Sedangkan para akademisi berikut memaparkan langkah-langkah sistem tis SKB menggunakan bagan berikut ini;



(Venessa, 2017)

Mencermati kutipan diatas penelitian ini mengangkat studi kelayakan bisnis bagi Usaha Mikro Kecil (UMK), hal mendesak dicermati pada penelitian ini adalah UMK saat menghadapi masalah serius terdampak dari pandemic covid 19 khususnya di Kota Balikpapan. Kehawatiran peneliti kepada (UMK) saat ini didasari asumsi (UMK) tidak dibangun dari perencanaan yang matang, apalagi didukung data studi kelayakan yang rinci dan memadai. Argumentasi ini mendorong keresahan peneliti merancang penelitian ini kepada kelompok (UMK).

Dari analisis literatur review beberapa sumber literatur aspek – aspek studi kelayakan bisnis ini menyimpulkan bahwa aspek-aspek yang digunakan sebagai indikator menentukan butir-butir pertanyaan penulis mengidentifikasi 10 aspek indikator yaitu: Aspek umum implementasi SKB, lingkungan eksternal sebagai kekuatan persaingan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknologi dan informasi, aspek manajemen sumberdaya, aspek keuangan (finansial), aspek resiko

Aspek perencanaan Kas, dan aspek profil usaha (Sulastris, Studi Kelayakan Bisnis, 2016)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Studi kasus ini berasal dari terjemahan bahasa Inggris dari “A Case Study” atau “Studi Kasus”. Lingkungan atau kondisi tertentu dari seseorang atau sesuatu. (Rahardjo, 2017). Yang disebut kasus adalah hal-hal yang nyata (events in real life), yang sedang berlangsung, bukan hal-hal yang telah berlalu. Kasus berarti peristiwa atau peristiwa, bisa sangat sederhana atau sangat kompleks. Oleh karena itu, peneliti hanya memilih yang benar-benar spesifik. Acaranya sendiri tergolong "unik". "Unik" berarti hanya terjadi di situs atau situs tertentu. Untuk menentukan “keunikan” suatu kasus atau peristiwa,

Subyek Penelitian

Penelitian ini mengambil subyek data pelaku usaha mikro kecil yang bergerak dibidang penjualan makanan, mereka menetap membangun warung permanen, toko atau outlet, serta pedagang tidak menetap menggunakan gerobak.

Jumlah narasumber sebanyak 5 orang pelaku usaha, dengan spesifikasi usaha sebagai berikut: Pelaku usaha bergerak minuman kopi mlilk dst. Pelaku usaha warung makan dengan bahan dasar ayam sebanyak 2 tempat. Pelaku usaha pemilik toko sembako 1 orang Pelaku usaha makan Tahu TEK-TEK 1 orang.

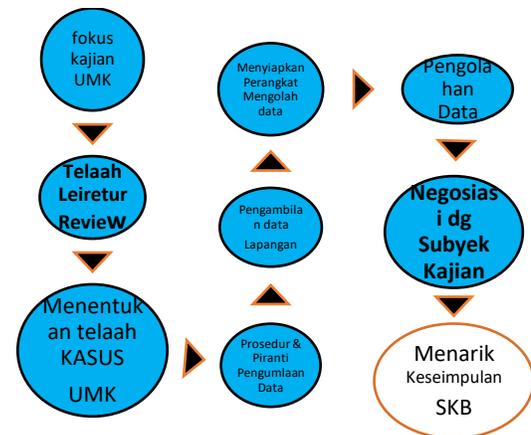
Teknik Pengumpulan Data

Kasus yang diangkat dalam penelitian ini yakni riel event dari 5 (lima) pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) yang bergerak dibidang penjualan warung makan dan toko sembako, usaha makanan dengan memilih masalah yang diangkat yakni

pengakuan pengalaman pelaku usaha dalam persiapan membuka usaha, mengelola usaha dan menghadapi berbagai masalah serta alternatif pemecahannya. Pengungkapan kasus yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil (UMK) dieksplorasi dengan menggunakan pertanyaan bagaimana dan mengapa. Yin (Rahadjo, 2017) menyarankan pilihan kata pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”, karena dua kata pertanyaan itu dinilai paling tepat untuk mengkaji informasi mendalam mengenai apa yang sedang dikaji. Sebagaimana saran Yin (Rahardjo, 2017), berdasarkan indikator yang disiapkan pada instrumen pertanyaan penelitian ini, studi kasus tentang (UMK) dengan menetapkan kata mengapa dan bagaimana sebagai cara menjangkau data berupa jawaban dari pelaku usaha. Menggunakan teknik mengeksplorasi untuk mendapatkan jawaban kunci bukan jawaban ambigu. Sehingga peneliti ingin mendapatkan data yang integrative dan komprehensif, itulah argumentasi pendekatan studi kasus memilih menggunakan wawancara secara mendalam.

Langkah-Langkah Pen Studi Kasus

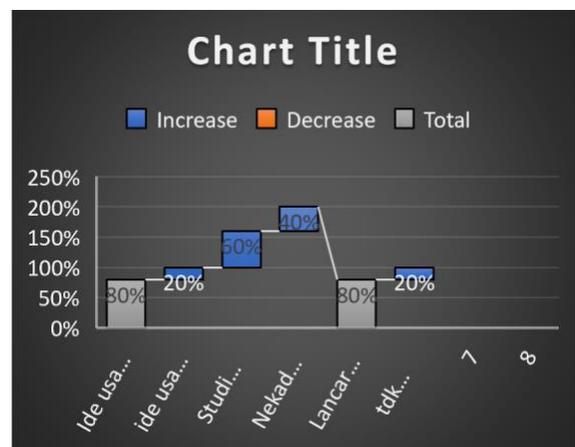
Langkah penelitian studi kasus merujuk Rahardjo 2017, peneliti mendiskripsikan dengan flowchart sebagai berikut:



Gambar 1 Prosedur /Langkah Penelitian
Kualitatif -Studi kasus UMK 2021

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan prosedur tersebut diatas tergambar pada langkah proses pengumpulan data dari UMK, dua kelompok data tergambar dalam grafik dibawah ini ;



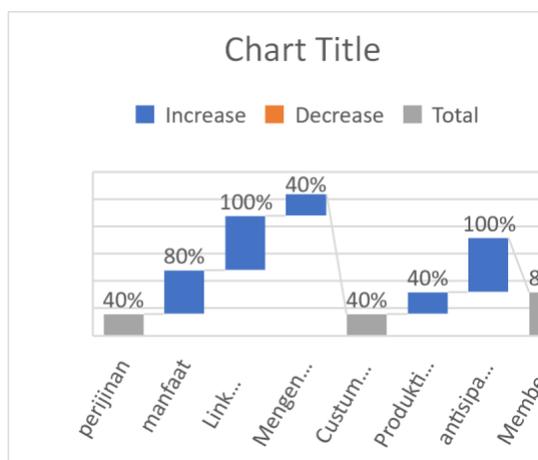
Gambar 2: Grafik Kelompok I SKB
Pelaku Usaha

Gambar 2 menjelaskan kelompok langkah-langkah wirausahawan dalam menghimpun wawasan usaha sebelum operasional.

Item asal usul ide usaha ditinjau dari asalny awal minat berusaha ada 4 dari 5 pelaku usaha ide datang dari diri pelaku

usaha itu, 1 orang pelaku usaha datang dari orang lain. Ide-ide yang dimiliki kemudian diimplementasikan studi kelayakan bisnis (SKB) melalui studi banding, studi banding dilakukan oleh pelaku usaha 4 dari 5 pelaku usaha. Dari kegiatan studi banding pelaku usaha mendapatkan informasi teknis berusaha, menemukan keyakinan diri, dan menambah wawasan baru berbisnis. legalitas usaha atau perijinan ditemukan 2 pelaku usaha berijin, 3 diantaranya belum memikirkannya, keberadaan usaha masing-masing memberi keberuntungan usaha bagi lingkungan sosial.

Berikut dipaparkan kelompok ke dua indikator implementasi aspek-aspek kelayakan bisnis.



Gambar 3: Grafik Kelompok II SKB Pelaku Usaha.

Dari aspek legalitas usaha indikator perijinan hanya ditemukan untuk 2 dari 5 pelaku usaha yang mengantongi ijin, 3 pelaku usaha yang lain belum mendesak diurus, kesadaran tentang legalitas bergantung kepada mindset pemilik usaha, pertimbangannya legalitas berdampak pada kewajiban beban pajak.

Ditinjau dari keberadaan usaha dan keberlanjutannya kepada lingkungan sosial dimana usaha itu berdomisili 100%

bermanfaat, dengan bukti-bukti dukungan pelanggan disekitar. Setelah menyortir item-item diatas, pada kelompok ini mendapatkan data kondisi riil pada awal usaha dibuka, data menunjukkan 4 pelaku usaha dari 5 menemukan adanya kelancaran usaha pada awalnya dan 1 pelaku usaha mengaku tidak lancar.

Temuan kurang lancarnya usaha pada saat-saat awal adanya hambatan bagi pelaku usaha baik dari aspek persiapan dan pengalaman yang digunakan sebagai landasan usaha sangat minim. Implementasi konsep studi kelayakan bisnis pelaku usaha. Kelompok data ini dibahas tentang mengenal pelanggan pada kelompok data ini sorotan di arahkan lingkungan eksternal sebagai kekuatan persaingan dari data lapangan pesaing baru diakui 5 pelaku usaha sangat mengancam keberadaan usahanya.

Ancaman itu seperti promo besar-besaran dan terus menerus, penetapan harga lebih rendah, dan tentu pelayanan bermutu. Sejalan (Nurfauzi, 2018) faktor internal yang menjadi faktor kekuatan para pengrajin UMKM (1) selera konsumen, (2) perubahan harga pemasok, (3) promosi pihak pesaing dan banyaknya (4) pendatang baru merupakan faktor-faktor yang belum dapat dipetakan para pelaku usaha.

Pada aspek pasar dan pemasaran 4 hal yang digunakan dasar yakni (1) memahami *cluster* pelanggan, (2) kinerja pelanggan, (3) produk yang sangat digemari pelanggan. Keberadaan pelanggan aktif merupakan kinerja pelanggan loyal yang dibangun oleh setiap pelaku usaha, item ini dimiliki sekitar 60% pelanggan aktif, keaktifan mereka dibuktikan dengan kehadiran berbelanja tiap bulan hingga 8 kali. Catatan produktivitas pelaku usaha 2

dari 5 pelaku usaha mencatat pelanggan tetap 25-30 melakukan aktivitas belanja, sedangkan pelayanan tiap hari rata-rata 5 pelaku usaha melayani 130 pelanggan, catatan bulanan rata-rata melayani 200 pelanggan.

Dari data ini aspek pasar dan pemasaran termasuk layak sebagai bisnis. Mengenali aktivitas pesaingnya hanya 1 dari 5 pelaku usaha aktif melakukan penyidikan tentang keunggulan pesaing utamanya, hal yang mereka tindaklanjuti dengan meningkatkan inovasi dan memberikan promosi-promosi. Dari aspek strategi pemasaran ini pelaku usaha sebanyak 20 % ini memenuhi kelayakan bisnis dari aspek ini.

Ditinjau dari hasil penelitian Nur Fauzi 2018, aspek teknik produksi, pasar dan pemasaran tingkat kelayakan baru sebagian. Aspek teknologi informasi menjadi sarana yang dimanfaatkan pada kegiatan usaha pada penelitian ini baru terbatas pada penggunaan promosi, promosi berbentuk platform mitra online seperti Go-jek, Grab, Maxim. Sedangkan media sosial yang digunakan untuk promosi produknya yaitu WA, IG, FB dan telepon, mereka menilai efektivitas promosi online menurut pelaku usaha yang menggunakan mencapai 50%.

Dibandingkan hasil penelitian berikut strategi promosi yang di terapkan ibu Lestari awalnya hanya melalui mulut ke mulut, mendatangi pemilik-pemilik warung gorengan, serta kantin-kantin sekolah, dan membawa sendiri tahu hasil produksi kepasar sekitar kecamatan sukaraja (Sari, 2019) dengan perbandingan ini kelompok pelaku usaha subyek penelitian ini cukup prospektif menyongsong pasar digital kedepan dibanding usaha perorangan milik Bu Lestari sebagaimana catatn penleiti Sari, 2019.

Aspek Sumberdaya; sebagai

komponen teknis berupa Teknik pengelolaan sumber daya seperti, tenaga manusia, peralatan seperti mesin dan serana lainnya,serta sumberdaya finansial. Kemampuan meng kelola sumberdaya tidak lepas dari kemampuan membagi tugas-tugas dengan menyerahkan weweenang dan tanggung jawabnya. Pembagian tugas kepada siapa akan diserahkan ini menjadi fokus penting pada penelitian ini dengan menggunakan studi kasus.

Kasus ini ditemukan bahwa 5 pelaku usaha tidak menemukan cara untuk menunjuk siapa personel yang mampu mengembangkan usaha kedepan. Untuk rencana strategis seperti keinginan menyiapkan SDM, bermitra dengan pihak lain dalam pengembangan usaha, menyiapkan konsep promosi dan inovasi resep unggulannya. Dikonformasikan dengan hasil penelitian Rudi. (2014) dengan menggunakan aspek: pemasaran, manajemen, sumberdaya, opsional, hukum dan keuangan hasil penelitian ini meliliki kelayakan bisnis terbatas, karena belum semua indikator dari peneltian Rudi, 2014 dapat dipenuhi oleh data hasil penelitian ini.

Diantara aspek yang dipenuhi kelayakanya pada penelitian ini adalah : aspek Manajemen, pemasaran, Sumberdaya Manusia (SDM) Pemasaran, Opsional, sedangkan aspek indikator keuangan dan legalitas hukum belum dapat dipenuhi seluruh pelaku usaha pada bagian penelitian ini. Aspek hukum baru 2 dari 5 yang mememilii legalitas ijin, dari aspek forcasting, sebagai data peta keuangan peneliti tidak berhasil mendapatkan datanya.

Aspek Keuangan; aspek ini menyoroti perputaran dana, dana beredar dalam 1 bulan berkisar 15-50 juta rupiah, sumber dana yang digunkan dari perputaran usaha sendiri dan hanya 1 pelaku saya yang

memanfaatkan pinjaman bank. Pinjaman bank besarnya bunga mampu berjalan lancar diperhitungkan dibayar per bulan sebesar 2%, dengan jangka pinjaman jangka pendek 1 tahun.

Dari aspek keyakinan perkembangan kedepan ditinjau dari profitabilitas sebesar 30-40% tiap bulannya, fakta ini menggambarkan bahwa sisi lain kelayakan keuangan belum memenuhi kelayakan karena minimnya *forecasting* berbentuk data selama peneliti di lapangan.

Aspek resiko; pelaku usaha menjelaskan resiko riil yang kemungkinan benar terjadi yakni hilangnya para pelanggan, dari kehilangan resiko sudah pernah kehilangan hingga 75% jumlah pelanggannya tidak kembali, hilangnya pelanggan sebagai resiko yang dicemaskan pertama selain datangnya pesaing baru di lingkungan usahanya. Langkah antisipasi para pelaku usaha yaitu; memperbarui resep-resepnya, mendengar suara pelanggan, memberikan promo-promo berkala maupun promo langsung. Selain resiko menunggal dari pihak eksternal kekhawatiran tertinggi datang dari masalah internal, yakni pencurian resep, penyelewengan dana, ada faktor lain yaitu menurunnya semangat berkreasi. Resiko akibat covid-19 sudah dirasakan yakni menurunnya omzet penjualan, sepi pengunjung dari para pelanggan, namun turunya pelanggan datang dipicu faktor lainnya yakni penjalanan take away saat ini sedang meningkat.

Aspek perencanaan kas: aliran kas per bulan diinformasikan berkisar 15 juta-45 juta, sebagian pendapatan mereka tidak dialokasikan untuk investasi pengembangan. Hal ini terjadi karena bisnis para pelaku usaha ini belum didokumentasikan dengan sebenarnya. 1 dari pelaku usaha mengalokasikan 30% dari pendapatan untuk membuka outlet

baru yang lebih strategis.

Besaran BEP tiap hari bagi pelaku usaha bidang makanan ditetapkan 70 bungkus. BEP dari pengukuran waktu diperkirakan 1,5 tahun bagi pelaku usaha toko sembako. Pelaku usaha makanan tidak memberikan data lengkap. Hal ini merurutnya komponen-komponen dalam pendapatan langsung dilakukan pemutaran untuk operasional berikutnya, sehingga sulit menentukan waktunya.

Aspek profil usaha; profil ini ingin menggambarkan performa dari masing-masing pelaku usaha, dari 5 pelaku usaha baru 2 dari 5 yang telah memiliki profil usaha, hal ini terkait dengan kesadaran mengurus izin usaha, karena pada aspek legal baru 2 dari 5 pemilik izin pelaku usaha dari pemerintah. Salah satu profil usaha mengungkap tentang analisis SWOT, dari 2 pelaku wirausahawan terdapat pada profilnya adalah; temuan data ini dikonfirmasi dengan Analisis SWOT penelitian Vanessa, 2017 menunjukkan peningkatan kreatifitas dalam membuat model sepatu sandal, sehingga semakin beraneka ragam bentuk dan modelnya, pangsa pasar - pasar baru bermunculan karena strategi bermitra dalam berbisnis menggunakan jaringan digital melalui Web, *email e-commerce*) (Vanessa, 2017) sedangkan temuan hasil penelitian ini sebagai berikut;

Kekuatan; Inovasi resep, harga yg kompetitif, minim pesaing untuk usaha tertentu. Kelemahan; kurang SDM, modal terbatas. Peluang; 1 pelaku usaha lokasi strategis, buka outlet baru, ada ide-ide baru. Hambatan: Kurang SDM, cashflow pelaku usaha masih lambat. Dari Analisa diatas Analisa SWOT ke 5 pelaku usaha dibandingkan dengan temuan penelitian yang relevan nampak adanya perbedaan, aspek kekuatan dan peluang dari penelitian relevan lebih riil konstruktif, sedangkan temuan analisa SWOT penelitian ini masih

belum memenuhi aspek kelayakan dari aspek profil usahanya.

Sedangkan dibandingkan dengan analisis aspek non keuangan yang meliputi rencana pemasaran, dengan fasilitas teknologi informasi serta rencana organisasi dan manajemen, maka usaha Teh Papua dinilai layak dijalankan. Selain itu, dilihat dari manfaat hasil lainnya akan bermanfaat bagi produk kesehatan herbal dan hasil analisis keuangan menunjukkan usaha ini layak dilakukan. (Handjojo, 2017) Penilaian kelayakan sebagaimana hasil penelitian Handodjojo, 2017, dari ide dasar dan kemampuan membaca peramalan usaha penelitian rujukan relevan ini ditunjukkan kelayakannya, sedangkan dari aspek yang sama kualitas produk yang dikembangkan pada 5 pelaku usaha ini belum memiliki ciri khas menu kedaerahan sebagai simbol kearifan lokal etnik tertentu, sehingga keunggulannya ter batas pada lingkungan usaha tertentu saja, secara luas belum dapat menunjukkan kekuatan identitas produknya sebagai kekuatan dan peluangnya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis hal strategis dilakukan bagi pelaku usaha, atau calon pelaku usaha seperti para mahasiswa yang memperoleh mengikuti program kuliah Kewirausahaan di bangku kuliahnya. Studi kelayakan bisnis hasilnya dapat digunakan sebagai input awal dalam merancang sebuah usaha yang akan dibukanya. Input suatu studi kelayakan bisnis seperti aspek teknis mengelola usaha dari aspek operasional, dari penelitian aspek operasional bagaimana merancang resep, memilih bahan makanan, dan bagaimana mengukur rasar itu memiliki kekuatan rasa yang menarik minat masyarakat, aspek keyakinan diri

salah satu item penting untuk menggerakkan minat pada dirinya menjadi kekuatan yang mendukung terwujudnya usaha yang ideal dan produktif.

Aspek manfaat penting diperhitungkan sebelum bernagkat membuka usaha, tidak berarti apa-apa sekalipun mutu manajemen internal usaha baik, namun lingkungan tidak mau merespon positif. Resiko sebagai potensi kejadian yang dekat dengan dengan para wirausahawan yang paling dekat hilangnya pelanggan loyal, rugi dan tidak dipercaya publik menjadi aspek penting diperhitungkan, untuk menghindari dan meminimalisir itu pelaku usaha cerdas menganalisa lingkungan eksternal yang secara teknis dan logis sulit dikendalikan pelaku usahanya secara meyeluruh.

Salah satu faktor penting mendengarkan dan berkomunikasi aktif dengan para pelanggannya, perubahan selera, faktor layanan, harga dan mutu produk menjadi kunci penting untuk tetap menguasai pelanggan agar kelangsungan hidup usahanya terjamin. Pada aspek manajemen secara menyeluruh dibutuhkan pembagian dan memilih SDM handal dan jujur sensitif terhadap perubahan eksternal yang sedang dan akan terjadi di masa mendatang.

Penggunaan teknologi dan informasi cukup membantu terintegrasinya dengan operasional usaha menjadi salah satu kebutuhan yang membuat kekuatan usaha saat ini, profil usaha memuat segala jejak positif capaian usaha yang telah dtcatat dengan rapi menjadikan tingkat kepercayaan publik terhadap usahanya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Handjojo, E. S. (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua. *Manajmen IKM*, 145-150.

- Hendrawan, D. (2018). Menumbuhkan Jiwa, Perilaku dan Nilai Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis. *MBIA ISSN P. 2086-5090 e. 2655-8262*.
- Jakfar, K. d. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Jamingan. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kusumawati, S. (2017). *Kewirausahaan Lingkungan*. Jakarta: Badan Pengembangn SDM Kesehatan Kementerian Kesehatan RI.
- Nurfauzi, I. N. (2018). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha UMKM Kaldu Bubuk Kepiting "Braco". *ADHA Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. Balikpapan: Intitut Teknologi Kalimantan.
- Raharja, S. J. (tt, Juni Jumat). *Modul Kewirausahaan 1*. Jakarta: Universitas Terbuka (UT). Retrieved from [http://res\[ository.ut.ac.id/](http://res[ository.ut.ac.id/)
- Rudi. (2014). Analisis Kelayakan Bisnis ES Bang Joedi Purwokerto. *e-journal.uajy.ac.id*, 1-13.
- Rusdiana, H. (2013). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sari, I. P. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Pembuatan Tahu Tempe DI desa Lubuk Sahung SUkaraja Kab Seluma, tinjauan Perepsketif Ekonomi Islam*. Bengkulu: Prog Ekonomi Syariah Fak Ekonomi dan Bisnis IAIN Bengkulu.
- Sitepu, A. (Tahun 2008). *Kebijakan Pengurangan dalam Resume UU Nomor 20 Tahun 2008*. Jakarta: FISIP UI .
- Suharyono. (2017). Sikap dan Perilaku Wirausaha. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, --.
- Suharyono. (2017 Vol 40 NO 56). Sikap dan Perilaku Wirausaha. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, --.
- Sukmawati, H. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe. *Jurnal EKonomi Syariah*.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kalayakan Bisnis*. --: LGM-LA Good LA Publishing.
- Umar, H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Vanessa, O. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) Spetu dan Sendal di Bogor. *Jurnal Bina Akuntansi*, 101-149.
- Venessa, O. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Bina Akuntansi*, 101-149.
- Zimmerer. (2008). *Buku Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

