

**Jejak Artikel:**

Unggah: 8 Desember 2023;

Revisi: 9 Desember 2023;

Diterima: 10 Desember 2023;

Tersedia online: 10 Desember 2023

## **Analisis Kelayakan Usaha Tahu AS Ditinjau Dari Aspek Produksi, Pemasaran dan Keuangan**

Atikah<sup>1</sup>, Tiara<sup>2</sup>, Sri Hartini<sup>3</sup>  
<sup>123</sup>Universitas Indraprasta PGRI Jakarta  
[Atikahmardil@gmail.com](mailto:Atikahmardil@gmail.com)

*Tofu factories are one of the small and medium businesses that can be developed, because tofu products are consumed by the wider community. The tofu factory has a good role in society, apart from being able to fulfill the community's need for high-protein foodstuffs, it can also provide employment opportunities for residents around the factory. This research was conducted in one of the tofu industries where this industry is still classified as MSMEs. This research aims to analyze the tofu business in order to find out whether the business is profitable or not, as well as to examine the commercial potential of tofu with the aim that this business will not only run well but can also develop so that it has good benefits from the point of view of production, marketing and finance. This analysis uses a method by looking at non-financial and financial aspects. Non-financial aspects are production and marketing aspects and continued with financial aspects. From the production aspect, it can be concluded that this Tofu Factory is worthy of development because it has been successful in producing tofu since 2001 with a production volume of around 3000 pcs of tofu per day. If viewed from a marketing aspect, this factory can be said to be feasible because its strategic location means that this tofu factory does not need to spend too much capital in terms of marketing, word of mouth marketing is enough to make this tofu factory known to the local community. From the financial aspect, it can be concluded that the US Tofu business is worthy of development based on the speed of capital return or payback period and PI.*

**Keywords: B/C Ratio, BEP, Financial Aspect, IRR, NPV, PP, PI**

### **Pendahuluan**

Indonesia masih mengalami kesulitan terhadap permasalahan pangan. Keamanan pangan, kualitas, dan pemenuhan gizi tidak boleh hanya dilihat dari banyaknya jumlah pangan. Karenanya, meningkatkan produksi pangan menjadi hal yang menjadi tujuan utama dalam meningkatkan pembangunan nasional. (Badan Ketahanan Pangan, 2018). (Rumawas et al., 2021)

Kemiskinan yang didahului dengan meningkatnya pengangguran pekerja yang dirumahkan ataupun pengangguran terdidik di Indonesia berakibat tidak stabil perekonomian Indonesia. Dengan demikian pemerintah dituntut untuk membuat regulasi serta Langkah yang baik dalam mengatasi semua masalah yang ada. Tingkat kemiskinan dan pengangguran bisa dikurangi dengan mencetak wirausahawan muda melalui UMKM.(Yuniar et al., 2022)

---

<sup>1</sup>Coressponden: Atikah. Universitas Indraprasta PGRI Jakarta. Jalan Nangka Raya, C Jl. TB Simatupang No.58, RT.7/RW.5, Tj. Bar., Kec. Jagakarsa, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530. [Atikahmardil@gmail.com](mailto:Atikahmardil@gmail.com)

Karena mereka memiliki kemampuan untuk *mensupport* peningkatan perekonomian dan meningkatkan serapan karyawan, perusahaan kecil dan menengah (PKM) adalah hal utama dalam membangun perekonomian Indonesia. Selama krisis keuangan yang kita alami, di mana banyak pengusaha harus menutup usahanya, telah terbukti bahwa UKM mampu bertahan dan berkontribusi pada peningkatan PDB. Untuk memanfaatkannya dengan baik, UKM perlu dikembangkan baik oleh yang membuat regulasi ataupun dikembangkan oleh rakyat yang ingin menjadi pengusaha (Adiningsih, 2011). (P. T. W. W. Kusuma, 2012).

Kontribusi UMKM pada perekonomian Indonesia meningkat dari 57.84% menjadi 60.34%, dengan industri ekonomi kreatif merupakan UMKM dengan kontribusi terbesar (Aryco, 2017), (Sajidil et al., 2019).

Analisis kelayakan ekonomi relatif telah mendapat banyak perhatian dari para peneliti untuk menganalisis berbagai industri (Kusuma, 2010; National Association of Certified Valuation Analysts, 2005; Sutojo, 2000). Selain itu, para pelaku di industri manufaktur menggunakan berbagai metode untuk menerapkan analisis kelayakan finansial (Firmansyah, 2006; Wolf, 2005; Mc.Keough, 2005), dan juga dimasukkan ke dalam industri agro atau pertanian (Erlina, 2006; Rantala, 2010), (P. T. W. Kusuma & Mayasti, 2014).

Pabrik Tahu AS adalah UMKM yang bergerak di bidang produksi Tahu, ada beberapa jenis Tahu yang di produksi, seperti Tahu Putih, Tahu susu, Tahu kuning dan Tahu coklat. Dalam satu periode produksi pemilik UMKM bisa menghabiskan 100kg kedelai. Pabrik Tahu AS selama ini belum melakukan analisis kelayakan pada pabrik yang sudah berjalan lebih kurang 22 tahun. Pabrik didirikan secara tradisional, sehingga tidak pernah dilakukan laporan keuangan tahunan untuk mengetahui layak atau tidak pabrik tahu tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, Penulis tertarik dalam membahas tentang kelayakan usaha tahu dengan ditinjau dari aspek perekonomian, yaitu untuk menganalisa bagaimana usaha yang dijalankan bisa berjalan dengan baik, usaha ini bisa dikembangkan atau tidak dan juga untuk mengetahui apakah usaha tahu ini menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya.

Rumusan Masalah : Bagaimana kelayakan usahanya dari segi produksi, pemasaran, dan finansial?

Tujuan Penelitian: Penelitian ini tujuannya adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat profitabilitas usaha Tahu AS ditinjau dari aspek produksi, pemasaran dan finansial.

### **Tinjauan Pustaka**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM memberikan pengertian UMKM di Indonesia. 1 Pasal 1 UU tersebut mengatur bahwa usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh swasta atau perseorangan masyarakat yang memenuhi kriteria usaha mikro. Hal ini diatur dalam undang-undang itu. Usaha kecil dan menengah kini menjadi usaha mandiri dan produktif yang dijalankan oleh perorangan atau unit usaha terbuka atau anak perusahaan.

Usaha mikro terdiri dari unit usaha dengan aset paling besar Rp. 50 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat komersial, dan hasil penjualan tahunan paling besar tiga puluh juta rupiah. Usaha kecil terdiri dari perusahaan dengan aset lebih dari lima puluh juta rupiah hingga lima puluh juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan usaha menengah terdiri dari perusahaan yang memiliki nilai aset lebih dari lima puluh juta rupiah. Misalnya, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha yang mempunyai empat orang karyawan tetap atau kurang, usaha kecil adalah unit usaha yang jumlah karyawannya 5 sampai 19 orang, dan usaha menengah adalah unit usaha yang mempunyai jumlah karyawan tetap 20 hingga 99 karyawan. Kategori perusahaan besar mencakup perusahaan dengan jumlah karyawan 99 orang atau lebih.

Salah satu bentuk fungsi keuangan adalah keputusan untuk menjalankan usaha, berinvestasi, atau memberikan dividen.

Purba et al. (2021) menyatakan manajemen keuangan meliputi bagaimana merencanakan, memanaj, bimbingan, dan mengendalikan aktifitas keuangan, seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha, disebut manajemen keuangan (Fitriyana, 2022).

Kasmir dan Jakfar menyatakan bahwa analisis keuangan merupakan unsur yang digunakan untuk mengevaluasi keuangan suatu organisasi secara keseluruhan. Ini termasuk nilai sekarang bersih (NPV), periode pengembalian modal (PP), tingkat pengembalian internal (IRR), dan indeks profitabilitas (PI). Kriteria penentuan kelayakan suatu usaha atau investasi (Aliefah & Nandasari, 2022).

### **Studi Kelayakan Bisnis**

Studi profitabilitas bisnis merupakan studi yang mengkaji suatu bisnis, bisnis, atau kegiatan yang akan dilakukan untuk mengetahui apakah itu layak dilakukan dilakukan atau tidak (Kasmir dan Jakfar, 2003:10). Hal ini berlaku untuk bisnis kecil dan besar (Nainggolan, 2018).

Studi kelayakan bisnis melibatkan banyak hal, salah satunya adalah finansial. Hasilnya digunakan untuk memutuskan apakah proyek atau usaha harus dilakukan atau tidak (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Menurut Umar (2005:p8), Studi kelayakan bisnis adalah studi rencana bisnis melihat apakah bisnis itu layak dibangun dan dioperasikan secara rutin untuk mencapai keuntungan maksimal dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003:p13), studi kelayakan harus dilakukan untuk lima tujuan: 1) Menghindari Resiko Kerugian: Ada kondisi kepastian yang diperlukan untuk mengatasi resiko kerugian di masa mendatang. Ada situasi yang dapat diprediksi akan terjadi atau dengan sendirinya terjadi tanpa diprediksi. Studi kelayakan memiliki fungsi untuk mengurangi risiko, baik yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat kita kendalikan. 2) Memudahkan Perencanaan: Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa depan, maka akan lebih mudah untuk melakukan perencanaan. Berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan bisnis akan dimulai, di mana lokasi bisnis akan dibangun, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana bisnis akan dijalankan akan dibahas dalam perencanaan ini.

### **Analisis Finansial untuk Kelayakan Usaha**

Ada beberapa perhitungan untuk menganalisa kelayakan keuangan, termasuk *Payback Periode*, *Internal Rate of Return*, *Net Present Value*, *Net Benefit-Cost Ratio*, dan *Break Even Point* (Malulidah et al. 2010), (Rama Krishna et al., 2018).

### **Aspek Keuangan**

Menurut Fahmi (2014:145), tujuan membahas bidang ini adalah untuk mengetahui tingkat biaya dan pengeluaran yang dikeluarkan. Dari berbagai faktor yang digunakan untuk menilai kelayakan suatu usaha, faktor keuangan merupakan faktor yang paling penting. Keputusan keuangan sangatlah penting dan tidak dapat diambil secara sewenang-wenang, karena keputusan tersebut dapat mempunyai implikasi jangka pendek dan jangka panjang.

### **Pengertian UMKM**

Menurut Tulus Tambunan (2012), UMKM adalah usaha mandiri perseorangan atau badan usaha pada sektor perekonomian apapun dengan maksud membina dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi murni.

### ***Accounting Rate of Return***

Adalah rasio antara nilai buku modal dan laba yang dihasilkan (Feenstra, D.W. and H. Wang : 2000).

### ***Net Present Value (NPV)***

Analisis keseluruhan nilai (NPV) adalah perbandingan antara keuntungan (*benefit*) dan biaya (biaya) yang telah dinilai secara aktual. Sebuah usaha layak diterima atau dilaksanakan jika nilai NPV sama dengan nol. Jika nilai NPV kurang dari 0, usaha tersebut dianggap tidak layak untuk dijalankan dan tidak akan dipilih (Djohan, 2007), (Pakis et al., 2021).

### ***Payback Period (PP)***

Periode pengembalian adalah cara menghitung berapa lama waktu agar arus pemasukan dan pengeluaran *balance* (DeGarmo, E. Paul dkk, 1999 : 157). Kriteria untuk kelayakan analisis jangka waktu pengembalian ialah:

- Jika jangka waktu pengembalian modal lebih kecil dibanding jangka waktu investasi usaha, usaha tersebut dianggap layak.
- Jika jangka waktu pengembalian modal lebih besar daripada jangka waktu investasi usaha, usaha tersebut dianggap tidak layak.

Payback Period adalah ketuhan akan waktu pengembalian investasi awal (investasi tunai awal) atau waktu yang dibutuhkan dalam menutup kembali pengeluaran awal tersebut dengan aliran kas. *Payback period* adalah rasio antara investasi awal tunai dengan aliran kasnya, dengan satuan waktu sebagai hasilnya (Aliefah & Nandasari, 2022).

### ***Probability Index (PI)***

Salah satu strategi penting untuk menarik pemodal adalah indeks profitabilitas (PI). PI menghitung perbandingan nilai investasi saat ini (*outlays*) dan nilai penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (*proceeds*). (Suliyanto, 2010)

*Profitability Index* adalah cara untuk menghitung nilai investasi saat ini dan nilai arus kas bersih yang akan datang (Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati & Ni Wayan Ari Sudiartini, 2022).

### ***Benefit Cost Ratio (B/C ratio)***

Tujuan dari analisa rasio biaya ialah untuk membandingkan manfaat dan biaya dari berbagai pilihan kebijakan. Satuan moneter adalah pengukurnya, dan kebijakan yang memiliki manfaat yang lebih besar dari biaya disebut sebagai kebijakan yang efektif (Casifo, Salvatore dan Carmelo D'Agostino, 2018). Kriteria dalam mengetahui kelayakan usaha dengan analisis *Net B/C Ratio* adalah :

- a) Jika *Net B/C Ratio* besar sama dengan satu, maka usaha tersebut layak.
- b) Jika *Net B/C Ratio* lebih kecil dari Satu, maka usaha tersebut tidak layak.

*Benefit Cost Ratio* (BCR) digunakan untuk menganalisa biaya dan manfaat dari suatu proyek yang akan dilaksanakan. BCR dapat disajikan dalam bentuk angka atau kualitatif (Ali & Darto, 2022).

### ***Break Even Point***

Analisis *Break Even Point*: Anda dapat menemukan *break even point* dengan menggunakan biaya tetap dan variable. Pada kondisi ini, bisnis tidak hanya tidak mengalami kerugian tetapi juga mengalami laba (Potkany, Marek, dan Lucia Krajcirova, 2015). Pada titik *break even*, jumlah produksi atau penjualan yang diperlukan untuk menutupi biaya yang dikeluarkan atau profit yang diterima adalah nol (Kusuma, Parama Tirta Wulandari Wening dan Nur Kartika Indah

Mayasti, 2014) Kriteria keputusan untuk mengetahui kelayakan usaha dengan analisis *Break Even Point* adalah :

- a) BEP lebih besar dari 100% , maka usaha tersebut layak.
- b) BEP lebih kecil dari 100%, maka usaha tersebut tidak layak.

Kondisi di mana suatu perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian dalam operasionalnya disebut *Break Even Point* (BEP). Dengan kata lain, ketika ada kondisi yang sama antara pendapatan dan biaya, laba perusahaan adalah nol (penghasilan sama dengan biaya total). Untuk menyelidiki hubungan antara profitabilitas dan volume penjualan, analisis BEP digunakan (Manuho et al., 2021).

## **Metode**

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di UMKM Tahu AS di kelurahan Grogol, Limo, Depok. Pemilik pabrik diwawancarai melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Pemilihan data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dan sekunder dapat digunakan untuk pengumpulan data, seperti yang dinyatakan Sugiyono (2014:223) dalam Ardiansyah (2019) (Santoso et al., 2022).

## **Teknis Analisis Data**

Analisis non finansial digunakan dalam penelitian, yang mencakup elemen produksi dan pemasaran. Di sisi lain, analisis finansial mencakup elemen keuangan, yang dihitung menggunakan metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI).

## **Hasil**

### **Gambaran Umum Tahu AS**

Adapun mitra penelitian ini adalah Pabrik Tahu As, pabrik ini didirikan pada tahun 2001 oleh Bapak Warsito. Pabrik ini beralamat di kelurahan Grogol Kecamatan Limo Depok Jawa Barat yaitu di jalan Kampur Rawakalong RT 001/RW 01. Saat ini pabrik tahu AS telah beroperasi selama 22 tahun dengan hasil produksi sekitar 500pc tahu per hari. Tahu yang diproduksi adalah 3 macam, yaitu tahu putih, tahu coklat dan tahu susu. Sampai saat ini pabrik telah mempekerjakan sekitar 10 orang karyawan, yang diambil dari warga sekitar pabrik.

### **Aspek Produksi**

Menurut Jumangan (2011), yang dibahas dalam bagian ini adalah lokasi bisnis, penentuan tata letak (*layout*) gudang, mesin, dan peralatan, serta tata letak (*layout*) ruang untuk proses produksi, yaitu:

1. Lokasi Bisnis  
Lokasi pabrik ini di kelurahan Grogol, Kecamatan Limo, Kota Depok, lokasinya berdekatan dengan pemukiman penduduk, yang artinya bahwa lokasi juga sangat strategis untuk pemasaran langsung kepada konsumen.
2. Tata letak  
Tata letak / *layout* gudang sudah cukup bagus, *layout*nya memudahkan karyawan dalam mengambil bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi Tahu pada pabrik Tahu AS.
3. Mesin/Teknologi  
Usaha ini menggunakan teknologi mesin penggiling untuk menghaluskan kedelai saat membuat tahu.

#### 4. Proses Produksi

Produksi di perusahaan ini dilakukan setiap hari, menghasilkan sekitar 500 pcs tahu atau sesuai pesanan.

### **Aspek Pemasaran**

Pasar produsen Usaha Tahu AS adalah pasar persaingan sempurna di mana pelanggan yang dipilih adalah penjualan langsung dan distributor. Sejauh ini, kompetisi antara pengusaha Tahu belum dianggap sebagai hambatan. Terlebih lagi dengan naiknya bahan pokok berprotein yang lain seperti daging, ayam dan telur, maka membuat Tahu sangat digemari di masyarakat.

Berikut 7 aspek pemasaran yang diterapkan pada usaha Tahu AS, yaitu:

#### 1. Produk

Produk adalah barang dan jasa yang dapat dijual. Produk *marketing* adalah sesuatu yang dapat dijual ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan individu. Terdapat dua jenis barang, yaitu barang dan jasa, yang sama-sama diperlukan oleh masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, kualitas produk harus ditingkatkan dan dipertahankan. Hal ini membuat produk lebih menarik bagi pelanggan untuk membeli.

Dalam hal produk, Pemilik Usaha Tahu AS melakukan hal-hal berikut: Usaha ini membuat tahu dari kedelai, yang merupakan bahan konsumsi. Komposisi utama produk ini adalah kedelai dan ragi khusus tahu. Pemilik memilih kedelai berkualitas tinggi untuk memastikan bahwa rasa tahu yang mereka buat tidak akan rusak. Rasa tahu sangat diperhatikan; itu lembut dan enak.

Salah satu komponen produk yang paling penting adalah kemasan. Fungsi kemasan tidak hanya melindungi produk tetapi juga menarik perhatian konsumen. Produk atau jasa harus mempertimbangkan nilai-nilai seperti halal, berkualitas, bermanfaat, dan relevan dengan kebutuhan hidup manusia. Salah satu pihak dapat mengalami penipuan dan ketidakadilan jika melakukan jual beli produk dengan unsur gharar.

Tahu yang diproduksi oleh pabrik Tahu As, adalah:

1. Tahu Cina
2. Tahu putih (potong)
3. Tahu coklat (goreng)

#### 2. Harga

Harga adalah nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas tawaran yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, harga adalah sejumlah nilai yang diberikan pelanggan untuk membayar produk tertentu. Penjual menetapkan harga jual dan memperoleh manfaat harga itu, sedangkan konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya dengan melakukan pembayaran produk pada harga yang ditentukan.

Harga yang ditetapkan memperhitungkan biaya produksi, upah tenaga kerja, dan faktor lainnya. Harga yang diberikan bervariasi sesuai dengan jenis Tahu yang tersedia.

Harga produk akan bersaing jika terdapat persaingan yang ketat di pasaran, selain sebagai dasar penentuan laba. Harga produk bisa ditetapkan jika sudah melakukan kajian sebelumnya untuk penentu langsung dan tak langsung. Biaya yang dibayarkan untuk mendapatkan produk, seperti pemasaran, bahan baku, dan tenaga kerja, adalah faktor langsung yang mempengaruhi harga produk. Perusahaan akan sangat mempertimbangkan kebijakan penetapan harga karena akan mempengaruhi biaya dan pendapatan total. Tahu AS sangat populer sebagai pengganti protein tinggi karena murah.

### 3. Tempat

Tempat yang dimaksudkan adalah lokasi usaha tersebut dilakukan (swastha). Hurriyati mengatakan, tempat (tempat) didefinisikan sebagai tempat pelayanan jasa jika produk tersebut berasal dari industri jasa. Jika produk tersebut berasal dari industri manufaktur, tempat didefinisikan Sebagai saluran penjualan.

Kotler dan Armstrong menggambarkan suatu tempat atau place sebagai situs pemasaran yang melibatkan upaya untuk menciptakan, mempertahankan, dan mengubah sikap dan perilaku tertentu.

Lokasi pabrik Tahu AS berada dekat pemukiman penduduk. Menurut Tjipto, ada pemilihan lokasi bisa dilakukan dengan melihat beberapa hal, yaitu:

1. Akses, yang dimaksudkan dengan akses disini adalah tempat usaha mudah diakses oleh pelanggan dengan mengendarai kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi.
2. Visibilitas. Yang dimaksud dengan visibilitas adalah lokasi usaha terlihat dari jalan raya, dan memang tempat berlalu lalanganya pengendara yang memungkinkan nantinya akan ada peluang dibelinya produk kita.
3. Misalnya, kemacetan dan kemacetan lalu lintas dapat mengganggu layanan pemadam kebakaran, penyelamatan, dan polisi.
4. Kemanan dan luas lapangan parkir.
5. Ekspansi, ada lahan yang sudah disiapkan jika suatu saat usaha bisa dikembangkan.
6. Lingkungan, yaitu lingkungan yang menunjang pelayanan yang diberikan, seperti warung di dekat pondok pesantren, kantor, atau tempat tinggal santri.
7. Ketika memutuskan persaingan, atau lokasi persaingan, misalnya lokasi pabrik, kita harus mempertimbangkan apakah terdapat banyak pabrik lain di jalan atau di kawasan yang sama.
8. Peraturan pemerintah (seperti peraturan yang melarang lokasi pabrik di dekat pemukiman penduduk).

### 4. Promosi

Strategi promosi yang digunakan oleh pabrik tahu di AS adalah menampilkan lokasi bisnis mereka pada peta, yang membuat pelanggan lebih mudah menemukan bisnis mereka. Sekarang telah menyebar melalui beberapa aplikasi penjualan. Spanduk di depan pabrik juga dapat bermanfaat sebagai promosi dan penanda bisnis.

### 5. SDM

Sumber daya manusia, juga disebut sebagai orang yang membantu terlaksananya pembuatan produk yang sudah direncanakan. SDM ini termasuk orang-orang yang membantu dalam hal pembuatan, marketing, promosi dan lainnya. Dalam sektor pendidikan, sumber daya manusia dibagi menjadi tiga kategori: administrator, guru, dan karyawan. Karena kinerja dan sikap karyawan mempengaruhi bisnis dalam berbagai cara, seperti penjualan dan kualitas produk, penting untuk memperhatikan kinerja karyawan.

Sebanyak sepuluh karyawan di pabrik Tahu AS adalah direktur. Dengan mengelola keuangannya, dia secara rinci mencatat pengeluaran dan pemasukannya serta mengoptimalkan proses pembelian alat dan bahan. Sebagai bagian dari layanan pelanggan, perusahaan berusaha melayani pelanggan secepat mungkin, ramah terhadap pelanggan, menerima keluhan dan kritik, dan terus berusaha memberikan layanan terbaik untuk membuat pelanggan ingin kembali membeli sesuatu. Selain itu, pabrik menawarkan harga yang lebih murah bagi pembeli yang langsung datang ke pabrik daripada di pasar.

## 6. Bukti fisik

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh Ratih Hurriyati (2005: 63), bukti fisik artinya: Bukti fisik (fisik) juga memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk dan jasa.

Unsur-unsur yang termasuk dalam konsultasi fisik meliputi lingkungan fisik, dalam hal ini fisik bangunan, peralatan, bahan, logo, warna, dan hal-hal yang akan dipadukan dengan layanan yang diberikan, seperti tiket, amplop, dan label. Faktor lainnya antara lain: Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran stand bakso yang baik sangat baik karena makanannya, *stand* bakso yang baik juga sangat bersih, strukturnya sangat luas, dan banner makanannya sehingga tampilan sajiannya sangat menarik.

Pabrik Tahu AS memiliki tempat yang memungkinkan untuk memproduksi tahu. Pabrik Tahu AS dibangun oleh Bapak Warsito, pabrik ini berdiri tahun 2001 sampai sekarang, jadi pabrik ini sudah beroperasi sekitar 14 tahun. Hal pokok yang dilakukan di pabrik ini adalah mengolah kacang kedelai sedemikian rupa menjadi bahan makanan yang dikenal dengan sebutan Tahu. Produk makanan kaya protein ini sangat familiar di kalangan masyarakat Indonesia. Banyak sekali penganan yang terbuat dari bahan dasar tahu. Pabrik ini mengolah hampir 100 Kg kedelai yang diimpor dari Amerika dengan periode tiap 2 minggu sekali. Pabrik tahu AS memproduksi Tahu sebanyak 3000 pc tiap hari, hal ini tergantung juga dengan jumlah pemesanan pada saat itu.



**Gambar 1. Pabrik Tahu AS, Grogol, Limo, Depok**

## 7. Proses

Menurut Carol Noore yang dikutip Bygrave (1996: 3), inovasi merupakan hal utama yang dilakukan dalam melakukan proses. Faktor pribadi seseorang memengaruhi Inovasi begitupun dengan eksternal, antara lain pendidikan, sosiologi, organisasi, budaya, dan lingkungan. Elemen-elemen ini menciptakan ruang kontrol, kreativitas, inovasi, eksekusi, dan pertumbuhan yang tumbuh menjadi wirausaha skala luas. Faktor internal, seperti lokasi kontrol, toleransi, nilai, pendidikan, dan pengalaman, memengaruhi inovasi. Faktor lingkungan, seperti teladan, kegiatan, dan peluang, juga memengaruhi inovasi. Akibatnya, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi oleh keluarga, organisasi, dan lingkungan (Suryana, 2001: 34).

Dalam proses produksi tahu pabrik Tahu AS membutuhkan mesin dan teknologi yang bisa membuat pabrik tahu ini bisa memproduksi tahu dengan baik dan hendaknya bisa berkembang.





Gambar 2. Mesin / Alat produksi Tahu

Dalam hal pemasaran Tahu AS juga melakukan penjualan tidak hanya ke penjual di pasar seperti pasar Pondok Labu, tetapi juga kepada pedagang gorengan dipinggir jalan. Untuk pendistribusian ke konsumen, Tahu As juga melakukan pelayanan dengan mengantarkan langsung kepada konsumen yang memesan Tahu dalam porsi banyak.

Jika dilihat dari aspek pesaing, pabrik tahu AS belum memiliki pesaing yang berarti. Pabrik tahu AS masih mengalami laporan keuangan yang stabil dan tidak memiliki kendala yang bisa membuat pabrik terdampak besar. Hal ini terjadi dikarenakan bahwa pabrik tahu AS bisa menguasai pasar disekitaran kelurahan Limo, dan serta belum banyaknya masyarakat atau pengusaha melirik mengembangkan usaha tahu tersebut.

### Aspek Keuangan

#### 1. Modal

Bapak Warsito sebagai pemilik pabrik Tahu AS mengeluarkan dana sebesar Rp. 210,000,000,-, yang awalnya modal tabungan sendiri. Modal yang paling banyak tentunya dari biaya pembelian lahan untuk tempat pabrik. Pada saat 2001 pak Warsito dan keluarga membeli sebidang tanah di kecamatan Limo sebagai cikal bakal didirikannya pabrik Tahu AS ini. Selanjutnya tentu saja modal untuk pembelian alat untuk produksi tahu, mesin, dan bahan-bahan baku produksi. Berikut adalah rincian modal awal yang diberikan pak Warsito dalam pembuatan pabrik tahu AS:

Tabel 1. Total Modal Usaha Pabrik AS

Jenis	Jumlah
Peralatan dan perlengkapan	Rp. 30,000,000
Tempat	Rp. 180,000,000
Total	Rp. 210,000,000

#### 2. Pendapatan Rata-rata

Biaya harga jualnya adalah Rp. 7.000,-per *pack* yang berisikan 4 pcs. Setiap hari produk yang dijual sebanyak 3000 pcs. Perhitungan untuk pendapatan bulanan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan} &= \text{Total Penjualan} \times \text{harga jual} \\ &= 3,000 \times \text{Rp. } 7,000 \\ &= 21,000,000/\text{bulan} \\ &= 252,000,000/\text{tahun} \end{aligned}$$

#### 3. Biaya Pengeluaran

Operasional yang harus dikeluarkan oleh Pabrik Tahu AS dalam kesehariannya dijelaskan oleh tabel dibawah ini, pada tabel dituliskan bahwa biaya pengeluaran ini adalah biaya keseluruhan bahan-bahan disertai juga dengan upah pekerja dan biaya tetap lainnya seperti

pembelian kayu bakar dan listrik. Biaya perawatan alat atau mesin juga dimasukkan ke dalam tabel tersebut.

**Tabel 2. Biaya Pengeluaran**

No	Pengeluaran	Jumlah	Harga per unit (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Kacang kedelai (kg)	100	Rp7,200	Rp720,000
2	Upah Pekerja	10	Rp1,500,000	Rp15,000,000
3	Listrik		Rp150,000	Rp150,000
4	Biaya kayu bakar		Rp1,000,000	Rp1,000,000
5	Perawatan alat		Rp250,000	Rp250,000
6	Perawatan/kebersihan ruang		Rp50,000	Rp50,000
<b>Total biaya per bulan</b>				Rp17,170,000
<b>Total biaya per tahun</b>				Rp206,040,000

Sumber: Penelitian

#### 4. Payback Period

Adalah perhitungan dengan mengestimasi berapa lama modal yang sudah dikeluarkan Bapak Warsito akan bisa dikembalikan. Tentu saja dihitung dengan jumlah pemasukan bersih setiap tahun. Untuk menghitung berapa lama modal bisa dikembalikan ke pemilik, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:  $PP = \text{Investasi} / \text{Kas bersih per tahun} \times 1 \text{ tahun}$

$$PP = 210,000,000 / 252,000,000 \times 1$$

$$PP = 0,84$$

Dari hasil hitungan diatas diambil kesimpulan yaitu Bapak Warsito akan mendapatkan lagi modal yang sudah dikeluarkan setelah pabrik beroperasi sekitar 8 bulan 4 Minggu. Hal ini tentu saja dapat dikatakan layak, bahwa pabrik Tahu AS memiliki kemungkinan besar akan bisa dikembangkan dan pada akhirnya akan bisa bersaing dipasaran serta bisa memiliki peluang untuk lebih maju lagi.

Dengan demikian pabrik tahu ini mendapatkan *payback period* sebesar 0,84 atau selama 8 bulan 4 pekan dan dapat dikatakan layak karena memiliki tingkat pengembalian yang cukup cepat.

#### 5. Profitability Index

PI adalah menghitung tingkap keuntungan yang akan didapatkan oleh Bapak Warsito selaku pemilik dan pengelola pabrik Tahu AS, dengan asumsi saat PI lebih besar dari 1 maka ide bisnis layak dan jika PI kecil dari 1 maka ide bisnis dinyatakan tidak layak. Perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{Profitability Index} = \frac{\Sigma \text{PV Kas Bersih}}{\Sigma \text{PV Investasi}} \times 100 \%$$

$$= \frac{252,000,000}{210,000,000} \times 100 \% = 120\%$$

Dari perhitungan PI diatas, maka dapat kita simpulkan bahwa pabrik Tahu AS memiliki peluang untuk meraup keuntungan yang nantinya akan bisa dipakai untuk mengembangkan usaha tahu tersebut. Pabrik tahu AS ini layak untuk dikembangkan karena memiliki PI sebesar 120% atau 1,2.

## Kesimpulan

Hasil analisis dari penelitian ini dapat dilihat dari segi produksi, marketing dan keuangan. Dari komponen produksi, pabrik tahu As sangat layak dikembangkan jika melihat bahwa pabrik ini bisa memproduksi sebanyak 3000pc tahu per hari, dari pabrik ini juga bisa dilihat dengan penggunaan alat dan mesin serta teknologi dalam proses memproduksi tahunya sehingga pabrik ini layak dikembangkan. Untuk aspek pemasaran melihat dari pesaing yang tidak begitu banyak dan pabrik tahu AS juga mengembangkan dengan layanan antar tahu dalam pembelian besar, dan dengan melihat hasil dari penjualan sehari-hari maka usaha pabrik tahu ini layak dikembangkan. Dalam aspek keuangan, pabrik tahu ini memiliki *payback period* yang cukup cepat dalam hal pengembalian modal, nilai *Profitability Index*(PI) sebesar 1,2 %

## Daftar Pustaka

- Ali, S., & Darto, D. (2022). Analisis Aspek Finansial Kelayakan Investasi Pendirian Pabrik Minyak Goreng Di Kawasan Industri Kemingking Provinsi Jambi. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 91. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.91-96>
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Lab*, 6(01), 40–56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- Eka Purwanda, & Raden Willa Permatasari. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tempe Pak Iwan Bandung ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4), 2029–2042. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i4.301>
- Fitriyana, M. (2022). Strategi Pengelolaan Keuangan Umkm Dalam Menghadapi Era Transisi Pandemi Covid 19. *Journal Competency of Business*, 6(01), 163–172. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1314>
- Kusuma, P. T. W. . (2012). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Nata De Coco Di Sumedang, Jawa Barat. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 1(2), 113–120.
- Kusuma, P. T. W., & Mayasti, N. K. I. (2014). Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung. *Agritech*, 34(2), 194–202.
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis Break Even Point (Bep). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.32400/jiam.5.1.2021.34692>
- Nainggolan, O. V. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sepatu Dan Sandal Di Bogor. *Jurnal Bina Akuntansi*, 5(1), 101–149. <https://doi.org/10.52859/jba.v5i1.37>
- Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati, & Ni Wayan Ari Sudiartini. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Sablon Di Ud. Ananta Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *Juima : Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 150–173. <https://doi.org/10.36733/juima.v12i1.4938>
- Pakis, K., Period, P., & Ncim, L. (2021). *Jurnal agribest*. 5, 124–130.
- Rama Krishna, P. A. S., Wrasati, L. P., & Ganda Putra, G. . (2018). Kelayakan Finansial Dan Analisis Nilai Tambah Pada Pengolahan Biji Kakao Kupas Tanpa Sangrai Di Ud. Harta Sari Selemadeg Tabanan Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(4), 374. <https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i04.p12>
- Rumawas, V. V, Nayoan, H., & Kumayas, N. (2021). Peran Pemerintah Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan di Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Dinas Ketahanan Pangan Minahasa Selatan). *Governance*, 1(1), 1–8.

- Sajidil, S., Putri, D. P. S., & Kurnia, D. (2019). Analisis Finansial Untuk Kelayakan Usaha Ud. Prima Bakery. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 2(1), 68. <https://doi.org/10.32493/jitmi.v2i1.y2019.p68-73>
- Santoso, P. V, Amarillo, R. V, & ... (2022). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 181–195. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/download/48/46>
- Yuniar, V., Br Bangun, C. F., Bugis, S. W., & Suhartini, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>