

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PRODUK KASA DI CV. PAYUNG GLOBAL KOTA TASIKMALAYA

Ernawati, Hani Nabillah, Fitriani Fatmawati

Program Studi Teknik Industri Sekolah Tinggi Teknologi Cipasung

Jl. Raya Singaparna-Ciawi Km. 1 PO. BOX 24 Cilampunghilir Padakembang Tasikmalaya 46466

Telp./Fax : 0265-2550424

Email : salim@sttcipasung.ac.id

hanisoebki@sttcipasung.ac.id

fitrianiatmaa@gmail.com

Abstract— CV. Payung Global is a company that produces health support equipment such as gauze. There is a company's desire to conduct a business feasibility study for gauze products to find out and fix problems such as production delays, so it is necessary to analyze a business feasibility study by analyzing legal aspects, marketing aspects, environmental aspects, management and HR aspects, technical aspects and financial aspects which are analyzed by this method. payback period (PP), net present value (NPV), profitability index (PI), Break event point (BEP) and internal rate of return (IRR). Based on information from the company, the increase in demand reaches 20% per year, but the supply capacity is still limited. So it is necessary to analyze the business feasibility of gauze products. The results of the analysis in terms of the market aspect, namely the gauze product business has good market opportunities in Tasikmalaya. Technical aspects, aspects of production capacity according to sales targets with facilities that support the business. Aspect of HR, has an organizational structure with sufficient manpower. Legal and environmental aspects, the gauze product business is legal and complies with applicable permits and the gauze production process does not have an environmental impact because it does not produce waste. Financial aspect, payback period of 6 months 23 days, Net Present Value is positive Rp.1,824,400,000 and Internal Rate of Return is greater than MARR which is 10.3%.

Keywords— Business Feasibility, Financial Aspects, Gauze Products.

Abstrak— CV. Payung Global adalah perusahaan yang memproduksi alat-alat penunjang kesehatan seperti kasa. Adanya keinginan perusahaan untuk melakukan studi kelayakan bisnis produk kasa untuk mengetahui dan memperbaiki masalah seperti keterlambatan produksi, sehingga perlu dianalisis studi kelayakan bisnis dengan menganalisis aspek hukum, aspek pemasaran, aspek lingkungan, aspek manajemen dan SDM, aspek teknis serta aspek finansial yang dianalisis dengan metode *payback periode* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), *Break event Point* (BEP) dan *internal rate of return* (IRR). Berdasarkan keterangan dari perusahaan peningkatan permintaan mencapai 20% per tahun, namun kemampuan *supply* masih terbatas. Sehingga perlu dilakukan analisis kelayakan bisnis produk kasa. Hasil dari analisis ditinjau dari aspek pasar yakni bisnis produk kasa memiliki peluang pasar yang baik di Tasikmalaya. Aspek teknis, aspek kapasitas produksi sesuai target penjualan dengan fasilitas yang mendukung usaha. Aspek MSDM, memiliki struktur organisasi dengan tenaga kerja yang cukup. Aspek legal dan lingkungan, bisnis produk kasa legal dan memenuhi perizinan yang berlaku serta proses produksi kasa tidak menimbulkan dampak lingkungan karena tidak menghasilkan limbah. Aspek finansial, *payback period* 6 bulan 23 hari, *Net Present Value* positif Rp1.824.400.000 serta *Internal Rate of Return* lebih besar dari MARR yaitu 10,3%.

Kata Kunci : Kelayakan Bisnis, Aspek Finansial, Produk Kasa.

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan alat kesehatan di Indonesia diprediksi meningkat hingga 2,5 sampai 3 kali lipat, seiring dengan diterapkannya sistem Jaminan Kesehatan Nasional (JKN),

namun tingginya kebutuhan tersebut belum bisa dipenuhi industri alat kesehatan dalam negeri. Menurut Menteri Kesehatan dilansir dari berita nasional tahun 2016 alat kesehatan merupakan komponen penting dalam pelayanan kesehatan selain

kebutuhan akan obat serta berfungsi untuk mendiagnosis, meringankan penyakit, mempertahankan serta meningkatkan kesehatan, disamping fungsi sosial alat kesehatan juga memiliki fungsi ekonomi yaitu bisa menjadi komoditas yang memiliki nilai di pasar ASEAN dan Indonesia bisa mengambil peluang tersebut. Salah satunya dari perusahaan distributor alat penunjang kesehatan yang berhubungan langsung dengan pihak Rumah Sakit untuk memenuhi kebutuhan alat penunjang kesehatan habis pakai.

Perusahaan distributor alat penunjang kesehatan adalah unit yang berperan penting bagi pihak Rumah Sakit untuk menyediakan segala kebutuhan kefarmasian di rumah sakit seperti obat-obatan, dan alat medis habis pakai. Hal tersebut diperjelas dengan Keputusan Menteri Kesehatan No. 1197/MENKES/SK/X/2004 yaitu farmasi Rumah Sakit bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan kesehatan Rumah Sakit yang utuh berorientasi kepada pelayanan pasien, penyediaan obat bermutu, termasuk pelayanan rumah sakit dalam menyediakan alat penunjang kesehatan.

CV. Payung Global adalah perusahaan yang memproduksi alat-alat penunjang kesehatan seperti kasa dan kapas, namun saat ini perusahaan hanya terfokus pada penjualan produk kasa, karena permintaan pasar yang lebih banyak dari pada produk kapas. Kasa yang diproduksi merupakan bantalan kasa (Gauze Pad) berukuran 6 cm x 6 cm dalam 1 dus berisi 100 pcs. Bantalan kasa ini berfungsi untuk mengeringkan luka dan menutupi pendarahan.

Saat ini perusahaan telah memiliki dua pelanggan tetap yaitu RS Singaparna Medical Center (Tasikmalaya) dan RS Mitra Kasih (Bandung). Kedua Rumah Sakit tersebut memiliki jumlah pesanan yang cukup besar dan terdapat kenaikan permintaan yang signifikan setiap bulannya. Menurut pemilik perusahaan, peningkatan permintaan mencapai sekitar 20% per tahun. Namun, peningkatan permintaan tersebut tidak diimbangi dengan penawaran (*supply*) dari perusahaan.

Keterbatasan jumlah produksi dalam memenuhi permintaan, mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Pada tahun 2018, perusahaan pernah kehilangan kepercayaan oleh salah satu Rumah Sakit di Tasikmalaya disebabkan karena permintaan konsumen tidak terpenuhi serta kurangnya komunikasi dan koordinasi yang baik dengan konsumen. Menurut teori *trust commitment* (Morgan dan Hunt, 1994) kepercayaan adalah satu

variabel kunci untuk memelihara suatu hubungan jangka panjang, termasuk pada sebuah produk. Hubungan jangka panjang akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap harapan yang akan diterima dari perusahaan. Maka dari itu kehilangan kepercayaan adalah kerugian terbesar, bila perusahaan tidak mampu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen, maka perusahaan akan kehilangan peluang, reputasi, kredibilitas, penjualan dan masa depan. Padahal permintaan konsumen setiap bulan meningkat, namun hal tersebut tidak dibarengi dengan penambahan jumlah produksi. Selain itu, keterbatasan produksi yang dialami perusahaan menyebabkan arus kas dalam perusahaan tidak stabil sehingga terjadi penurunan, mengingat perusahaan terkadang harus membatalkan pesanan dikarenakan tidak mampu memenuhi permintaan. Padahal seharusnya jumlah permintaan berbanding lurus dengan pendapatan. Oleh karena itu, perusahaan ingin membuat analisis studi kelayakan bisnis produk kasa serta untuk mengetahui dan memperbaiki masalah seperti keterlambatan produksi. Maka dari itu diperlukan studi kelayakan bisnis untuk perusahaan CV. Payung Global sebagai acuan apakah perusahaan layak atau tidak untuk dilanjutkan.

Kasmir (2007) menjelaskan bahwa terdapat lima tujuan mengapa studi kelayakan bisnis perlu dilakukan, yaitu untuk menghindari risiko kerugian, mempermudah perencanaan, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan dan memudahkan pengendalian.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut Sunyoto (2014: 8) Tujuan diadakan studi kelayakan bisnis disuatu proyek investasi pada umumnya memerlukan dana yang cukup besar dan memengaruhi perusahaan dalam jangka panjang karenanya perlu diadakan suatu studi atau penelitian dan penilaian sebelumnya, banyak sebab yang mengakibatkan suatu proyek ternyata kemudian tidak menguntungkan/gagal. Sebab itu bias berwujud kesalahan perencanaan, kesalahan analisis pasar, kesalahan dalam memprediksi bahan

baku, kesalahan dalam merekrut tenaga kerja. Disamping itu juga karena kesalahan dalam analisis lingkungan untuk itulah studi tentang kelayakan minimal ekonomis menjadi sangat penting, ringkasnya tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan.

Laporan hasil analisis kelayakan bisnis sangat diperlukan dalam proses pengambilan keputusan investasi karena dapat memberikan gambaran mengenai prospek tingkat manfaat yang diterima dari bisnis yang akan dijalankan. Menurut Sunyoto (2014) Pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1) Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan bisnis yang telah dibuat ternyata layak untuk direalisasikan, pendanaannya dapat mulai dicari, misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau menanamkan modalnya pada proyek yang akan dikerjakan

2) Pihak Kreditor

Pendanaan proyek dapat juga diperoleh dari bank. Pihak bank perlu mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat tersebut termasuk pertimbangan sisi-sisi lain, misalnya bonafiditas dan tersedianya agunan yang dimiliki perusahaan sebelum memutuskan untuk memberi kredit atau tidak.

3) Pihak Manajemen Perusahaan

Pembuatan studi kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh pihak eksternal perusahaan selain dibuat sendiri oleh pihak internal perusahaan. terlepas dari siapa yang membuat, jelas bagi manajemen bahwa pembuatan proposal ini merupakan upaya dalam rangka merealisasikan ide proyek yang ujung-ujungnya bermuara pada peningkatan usaha dalam rangka meningkatkan laba perusahaan. Sebagai pihak *project leader* suda tentu ia perlu mempelajari studi kelayakan, misalnya dalam hal pendanaan, berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana dari investor dan dari kreditor.

4) Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Studi kelayakan yang disusun perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Penghematan devisa Negara, penggalakan ekspor non migas dan pemakaian tenaga kerja massal merupakan

contoh-contoh kebijakan pemerintah di sector ekonomi.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2005) terdapat beberapa aspek yang diperlukan studi untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Urutan penilaian aspek mana yang harus didahulukan tergantung dari kesiapan penilaian dan kelengkapan data yang ada. Secara umum, prioritas aspek-aspek yang dilakukan studi kelayakan bisnis sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran dan Pasar

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012) aspek pasar dan pemasaran dianalisis untuk produk yang ditawarkan dan market share yang dikuasai, dalam aspek ini juga dirumuskan strategi pemasan yang akan dijalankan dengan melakukan strategi peluang pasar dan target pasar. Berikut hal yang dikaji dalam aspek pasar dan pemasaran:

a. Peluang Pasar

Peluang pasar menurut Kotler (1997) peluang pasar adalah suatu bidang kebutuhan pembelian dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang pasar untuk usaha produk kasa sangat baik dilihat dari permintaan pasar yang meningkat setiap bulan.

b. Target Penjualan

Target penjualan adalah adalah jumlah permintaan yang akan dipenuhi oleh perusahaan berdasarkan peluang pasar yang ada di suatu pasar.

c. Penentuan Harga

Menurut Suryana (2001) penentuan harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Menetapkan harga bagi konsumen memerlukan banyak pilihan tidak berdasarkan intuisi atau perasaan, tetapi juga harus berdasarkan informasi, fakta dan analisis lapangan.

2. Aspek Teknis

Menurut Jumingan (2009) aspek teknis berkaitan dengan standar pelaksanaan aktivitas usaha dan hal-hal yang mendukung pelaksanaan aktivitas usaha seperti lokasi, ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar atau kopnsumen. Kajian dalam aspek teknis meliputi perancangan produk, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan proses dan fasilitas produksi serta perencanaan lokasi

a. Perancangan Produk

Menurut Sirega, (1991) perancangan produk bertujuan untuk menghasilkan suatu *prototype* produk yang memiliki kemampuan industrialisasi.

b. Perencanaan Kapasitas Produksi

Perencanaan kapasitas produksi merupakan hal yang sangat penting dalam proses produksi, yang dapat diartikan kemampuan untuk mencapai, menyimpan atau menghasilkan produk.

c. Perencanaan Proses dan Fasilitas Produksi

Perencanaan proses dan fasilitas produksi merupakan perencanaan yang menjelaskan proses-proses dan fasilitas produksi yang dibutuhkan untuk memproses bahan baku menjadi produk yang diinginkan dengan kapasitas produksi yang direncanakan.

d. Perencanaan Lokasi

Menurut Adiwijaya (2010) penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha, lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan sebuah kesuksesan sebuah usaha.

3. Aspek Manajemen dan SDM

Menurut Suliyanto (2010) aspek manajemen berkaitan dengan pengelola usaha dan struktur organisasi atau menekankan pada proses dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada pembangunan bisnis yang meliputi perancangan dan penjadwalan proyek. Sedangkan sumber daya manusia menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja yang meliputi proyeksi kebutuhan tenaga kerja dan rekrutmen karyawan. Dalam aspek ini yang diteliti meliputi perencanaan struktur organisasi, perencanaan jumlah tenaga kerja dan perencanaan pelatihan kerja.

a. Perencanaan Struktur Organisasi

Struktur organisasi menurut Gibson (dalam Abdurahmat, 2006) struktur organisasi adalah pola formal tentang bagaimana orang dan pekerjaan dikelompokkan.

b. Perencanaan Tenaga Kerja

Menurut Sikula (2011) perencanaan tenaga kerja merupakan proses menentukan kebutuhan tenaga kerja dan cara memenuhi kebutuhan tersebut dalam rangka menjalankan rencana terintegritas yang sudah disusun oleh suatu organisasi.

4. Aspek Legal dan Lingkungan

Aspek legal akan membahas tentang hal-hal yang harus sesuai dengan perundang-undangan atau hukum, bagi perusahaan hal ini penting untuk mempunyai hak hidup di suatu negara. Kajian dalam hal ini meliputi aspek hukum, legalitas investasi, dan aspek lingkungan yang meliputi identifikasi dampak lingkungan.

a. Badan Hukum

Membahas tentang masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha, sampai izin-izin yang dimiliki.

b. Legalitas Investasi

Analisis legalitas investasi adalah menganalisis mengenai keabsahan suatu investasi ditinjau dari hukum positif yang berlaku di Indonesia. Suatu usaha dikatakan legal apabila bidang usaha tersebut tidak tercantum dalam Daftar Negatif Investasi (DNI), serta setelah dinyatakan legal usaha memenuhi perizinan usaha yang berlaku.

c. Aspek Lingkungan

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012) aspek lingkungan akan diketahui pengaruh atau dampak yang ditimbulkan dari bisnis yang dijalankan dan penanganan yang dilakukan.

5. Aspek Finansial

Aspek finansial dianalisis untuk mengetahui jumlah biaya, menilai biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima, seberapa lama investasi yang akan ditanamkan akan kembali, sumber pembiayaan bisnis, dan tingkat bunga yang berlaku.

Kajian dalam aspek finansial meliputi perhitungan investasi, penyusunan laporan keuangan, serta pengukuran kinerja laporan keuangan.

a. Perhitungan Investasi

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012) investasi adalah penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relative panjang dalam berbagai bidang usaha.

b. Penyusunan Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2013) Laporan keuangan adalah laporan perusahaan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini atau periode kedepannya, tujuannya untuk menunjukkan kondisi keuangan perusahaan

c. Pengukuran Kinerja Finansial

Analisis aspek finansial merupakan tahap akhir dari analisis studi kelayakan bisnis, yang mempunyai tujuan agar investasi dapat mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan serta untuk mengetahui apakah dari aspek finansial perusahaan mengalami keuntungan sehingga bisa dinyatakan layak atau tidak untuk dijalankan. Berikut metode yang dianalisis yaitu: *Profitability Index* (PI), *Payback period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Break Event Point* (BEP), *Internal Rate of Return* (IRR).

a) Metode *Profitability Index* (PI)

Menurut Kasmir dan Jakfar (dalam Sunyoto 2014), *Profitability index* (PI) atau *benefit and cost ratio* (B/C rasio) adalah rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus untuk menghitung PI sebagai berikut:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \dots\dots\dots(1)$$

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode PI adalah suatu investasi dinyatakan layak apabila PI lebih besar dari satu.

b) Metode *Payback period* (PP)

Menurut (Kasmir dan Jakfar, 2012) Metode *Payback period* (PP) adalah metode perhitungan investasi dalam jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan kas secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. Rumus umum metode *payback period* sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi Kas Bersih}}{\text{Aliran Kas Masuk Bersih Tahunan}} \dots\dots\dots(2)$$

Apabila aliran kas (*cash flow*) tidak sama setiap tahun, maka dapat PP dapat dihitung dengan mengurangkan kas masuk terhadap investasi (Jumingan, 2009).

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode PP adalah suatu investasi dinyatakan layak apabila PP lebih pendek daripada periode *payback maksimum* dan jika terdapat beberapa alternatif investasi, maka alternatif terbaik dilakukan pemilihan investasi dengan PP paling pendek (Suliyanto, 2010).

c) Metode *Net Present Value* (NPV)

Menurut Sunyoto (2014: 19) *Net Present Value* (NPV) adalah analisi keuangan yang digunakan untuk mengukur layak atau tidaknya suatu usaha dilaksanakan dilihat dari nilai sekarang arus kas bersih yang akan diterima dibandingkan dengan nilai sekarang dari jumlah investasi yang dikeluarkan. Dengan kaata lain NPV dihitung dari aliran kas bersih dikurangi dengan biaya investasi. Rumus untung menghitung NPV sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana: A_t = aliran kas masuk per periode t

k = *discount rate* yang digunakan

n = periode terakhir di mana aliran kas diharapkan

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode NPV adalah suatu investasi dinyatakan layak apabila NPV lebih besar dari nol atau bernilai positif.

d) Metode *Break Event Point* (BEP)

Menurut Sunyoto (2014) analisis *Break Event point* atau titik impas merupakan suatu titik yang menunjukkan bahwa pendapatan total yang dihasilkan perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan sehingga perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Menurut Mulyadi (dalam Sunyoto 2014) merumuskan BEP yaitu sebagai berikut:
BEP (dalam penjualan rupiah)

$$= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Harga Jual}}} \dots\dots\dots(4)$$

$$\text{BEP (Q) (dalam penjualan unit)} = \frac{FC}{P-VC} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

e) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Menurut Sunyoto (2014: 19) metode *Internal Rate of Return* (IRR) adalah besarnya tingkat pengembalian modal sendiri yang dipergunakan menjalankan usaha. Jadi internal rate of return ini mengukur kemanfaatan modal sendiri untuk menghasilkan laba. Jadi *Internal Rate of Return* (IRR) > bunga bank. Pada dasarnya IRR harus dicari dengan cara *trial and error*. Rumus metode tersebut adalah

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{\text{cash flow}}{(1+r)^t} \dots\dots\dots(6)$$

dikatakan usahanya tersebut dinilai layak untuk diberi kredit bank. Namun jika *Internal Rate of Return* (IRR), < bunga bank berarti usahanya tidak layak untuk diberi kredit bank.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di CV. Payung Global dimana perusahaan tersebut memproduksi alat-alat penunjang kesehatan seperti kasa. Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan memperbaiki masalah yang ada seperti keterlambatan produksi, sehingga perlu dianalisis studi kelayakan bisnis dengan menganalisis aspek hukum, aspek pemasaran, aspek lingkungan, aspek

manajemen dan SDM, aspek teknis serta aspek finansial yang dianalisis dengan metode *payback periode* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), *Break event Point* (BEP) dan *internal rate of return* (IRR).

IV. HASIL PENELITIAN

A. Analisis Kelayakan Aspek Pasar

1. Penentuan Peluang Pasar dan Target Penjualan

Tabel 1 PELUANG PASAR DAN TARGET PENJUALAN PRODUK KASA

Tahun	Permintaan (dus)	Pengiriman (dus)	Peluang Pasar (dus)	Target Penjualan (dus)
2020	27.654	23.100	4.553,33	4.553
2021	29.293	24.650	4.643,33	4.643
2022	30.933	26.200	4.733,33	4.733

2. Penentuan Harga Jual

Menentukan harga jual produk dengan tepat dapat meningkatkan jumlah penjualan produk, sehingga berpengaruh pada kesuksesan usaha. Beberapa hal yang penting dalam menentukan harga jual yaitu pelanggan, biaya, pesaing dan pangsa pasar, maka dari itu penentuan harga jual produk kasa di CV. Payung Global ditentukan berdasarkan kesepakatan perusahaan melalui perhitungan modal bahan baku dan riset pelanggan. CV. Payung Global telah menentukan harga jual sejak pertama penjualan produk kasa yaitu Rp. 39.900/dus, hal ini tidak mengalami perubahan karena dalam perhitungan bahan baku tidak ada kenaikan ataupun penurunan.

3. Penentuan Strategi Aspek Pemasaran

Strategi aspek pemasaran perlu dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran lebih baik atau tidak dari pesaing, dengan menganalisis keadaan perusahaan dan mengetahui keunggulan perusahaan supaya bisa bersaing di pasaran. Aspek pemasaran yang diteliti meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (distribusi) yang digunakan di perusahaan.

1) Produk

Produk kasa ini sangat diperlukan dalam alat kesehatan karena fungsinya yang sangat penting dan banyak digunakan karena kasa termasuk alat sekali habis pakai, hal ini sebagai tanda bahwa pangsa pasar kasa terlihat dengan kebutuhan dan permintaan

yang semakin meningkat khususnya daerah tasikmalaya. Kasa yang diproduksi merupakan bantalan kasa (Gauze Pad) berukuran kecil yaitu 6cm x 6cm, produk kasa ini juga memiliki kemasan yang lebih besar dan isinya lebih banyak dari pesaing yaitu 100 pcs, sehingga memudahkan konsumen dalam menggunakannya.

2) Harga

Harga produk menjadi hal penting untuk sebuah usaha karena akan mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk, maka perusahaan CV. Payung Global menentukan harga jual seiring dengan keinginan masyarakat tanpa mengurangi kualitas produk. Harga yang diberikan kepada konsumen berdasarkan harga yang sesuai dengan kesepakatan perusahaan, harga kasa yang dijual kepada konsumen khususnya rumah sakit yaitu Rp.39.900/dus, harga tersebut belum ada peningkatan ataupun penurunan mengingat harga bahan baku masih stabil. Harga yang telah ditentukan lebih murah dari pada pesaing yaitu terbilang Rp.41.000/dus, hal tersebut menjadi keunggulan untuk perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

3) Promosi

Promosi merupakan cara untuk mengenalkan produk kepada pasar, dengan mengetahui keunggulan dan manfaat produk akan mendapat pertimbangan dan kemungkinan untuk dikonsumsi konsumen. Pencarian pangsa pasar dan promosi yang dilakukan adalah dengan melalui penyebaran brosur dan pengenalan produk kepada pihak rumah sakit yang dilakukan oleh bagian distribusi pada saat pengantaran dan penjualan produk kasa serta pendekatan dengan pihak rumah sakit menjadi keunggulan bagi perusahaan sehingga dapat lebih efektif dalam promosi.

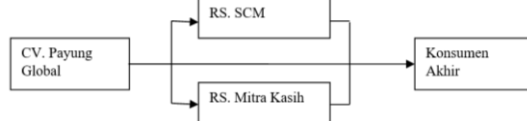
4) Distribusi

Produk yang dihasilkan di distribusikan ke rumah sakit yang sudah menjalin kerja sama dengan CV. Payung Global, yaitu rumah sakit Singaparna Center Medika (SMC) dan juga Rumah Sakit Mitra Kasih di Bandung. Perusahaan tidak dapat menjual langsung produknya kepada konsumen, dengan mengirim langsung ke rumah sakit yang telah menjadi pelanggan setiap satu bulan sekali sesuai permintaan konsumen. Pengantaran langsung ke konsumen sesuai permintaan ini menjadi keunggulan perusahaan dalam pendistribusian sehingga konsumen lebih efektif dan efisien dalam menerima produk.

Tahapan pendistribusian produk kasa kepada konsumen ataupun pengorder di CV. Payung Global adalah sebagai berikut:

- Pelanggan atau konsumen memberikan daftar pesanan produk kasa kepada pihak *marketing*
- Pihak *marketing* langsung mengirim daftar pesanan kepada bagian produksi
- Bagian produksi menyiapkan bahan-bahan produk sesuai yang dipesan pelanggan atau konsumen
- Setelah bahan-bahan lengkap, tim produksi mulai produksi sesuai permintaan
- Perusahaan mengirim produk kepada konsumen
- Pelanggan atau konsumen menerima produk sesuai waktu yang diminta (biasanya dalam kurun waktu satu bulan)

Setelah tahapan di atas dilakukan oleh konsumen selanjutnya perusahaan mendistribusikan pesanan. Adapun rantai distribusinya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Alur Distribusi CV. Payung Global

B. Analisis Aspek Teknik

1. Perencanaan Karakteristik Produk Kasa
Karakteristik produk menunjukkan ciri khas dari suatu produk tersebut, untuk bisa mengidentifikasi karakteristik perlu diketahui secara dalam bentuk, jenis dan bahan yang akan menjadi pembeda dari produk lain. Saat ini CV. Payung Global memproduksi alat penunjang kesehatan berupa kasa. Produk kasa yang dihasilkan ini berupa bantalan kasa untuk meringankan luka dan menutupi pendarahan berbahan cukup lembut, memiliki ukuran kecil 6cm x 6cm, dikemas dalam dus berukuran lebih besar dan lebih banyak yaitu 100 pcs.

2. Perencanaan Kapasitas Produksi
Secara umum perencanaan produksi dapat diartikan sebagai aktivitas merencanakan dan mengendalikan material masuk, proses, dan keluar dari sistem produksi sehingga permintaan pasar dapat terpenuhi, kapasitas produksi penting dianalisis untuk mengatur hal-hal yang diperlukan dalam proses produksi dan penyediaan produk untuk memenuhi permintaan serta perhitungan rencana kapasitas produksi, sebelum merencanakan perlu diketahui terlebih dahulu target penjualan yang akan diproduksi untuk

mempermudah dalam perhitungan kapasitas produksi. Kapasitas produksi kasa menggunakan pendekatan atau pola kapasitas produksi sama dengan target penjualan untuk empat tahun kedepan. Berikut datanya pada Tabel 2.

Tabel 2 KAPASITAS PRODUKSI KASA

Tahun	Target Penjualan (dus)	Rencana Kapasitas Produksi (dus)
2020	4.553	4.553
2021	4.643	4.643
2022	4.733	4.733

3. Perencanaan Proses Produksi dan Fasilitas Produksi

Dalam merencanakan proses produksi perlu diketahui terlebih dahulu kapasitas produksi agar perencanaan proses produksi dan fasilitas produksi kasa lebih efektif dan efisien. Beberapa proses dalam pembuatan kasa adalah sebagai berikut:

- Gulungan kasa sepanjang 80cm dipotong menjadi empat bagian.
- Kasa yang telah dipotong sepanjang 20cm dilipat menggunakan papan agar lipatan menjadi rapih.
- Setelah kasa dilipat kemudian dipotong kecil-kecil berukuran 6cm.
- Setelah dipotong kemudian dilipat menjadi ukuran lebih.
- Lipatan kasa dimasukkan kedalam kemasan.

Berikut fasilitas produksi kasa yang dibutuhkan CV. Payung Global yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 FASILITAS PRODUKSI KASA

No	Nama Alat	Kebutuhan (unit)	Fungsi
1.	Gunting	2	Untuk menggunting kasa
2.	Penggaris Besi	2	Mengukur
3.	Box	5	Tempat menyimpan kasa
4.	Papan	2	Membantu proses melipat

4. Perencanaan Lokasi

Perencanaan pemilihan lokasi usaha merupakan hal penting untuk menentukan keberhasilan perusahaan yang berhubungan dengan biaya operasi, harga jual serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Pemilihan lokasi seharusnya memenuhi standar yang diharapkan. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha sebagai berikut:

- Penempatan usaha harus berdekatan dengan daerah konsumen untuk memudahkan perusahaan mengetahui

selera serta mengurangi resiko kerusakan dalam pengangkutan.

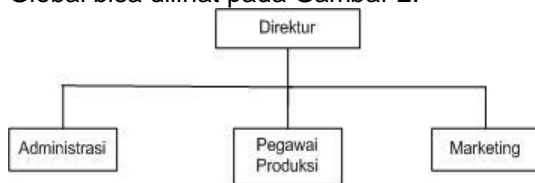
- b. Penempatan sumber bahan baku harus dekat dengan lokasi usaha untuk mengurangi biaya operasional dan apabila bahan baku yang dipakai mengalami penyusutan berat dan volume, bahan baku mudah rusak dan berubah kualitas serta mempermudah mengurangi resiko kekurangan bahan baku.

Menurut penjelasan diatas Lokasi CV. Payung Global sudah strategis karena sarana dan prasarananya menunjang seperti dekat dengan jalan raya, perumahan dan dekat dengan pabrik atau toko bahan baku yang berada dikota Tasikmalaya sehingga memudahkan untuk akses pembelian dan pemasaran. Saat ini perusahaan baru memiliki satu tempat produksi yang bertempat di Perum Grand Mutiara Blok D. 12 RT.003 RW.011 Kelurahan Ciakar Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

C. Analisis Kelayakan Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Perancangan Struktur Organisasi

Perencanaan struktur organisasi dalam perusahaan sangat penting untuk melakukan pekerjaan agar lebih baik dan teratur guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan struktur organisasi akan mempermudah tenaga kerja dalam menjalankan tugasnya, karena merancang struktur organisasi akan menempatkan tenaga kerja sesuai dengan kemampuannya. Berikut struktur Organisasi di CV. Payung Global bisa dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Organisasi

Dari sembilan karyawan yang dimiliki oleh CV. Payung Global saat ini perusahaan belum memiliki karyawan tetap. Berikut adalah data jumlah karyawan dan status karyawan. Dapat dilihat pada Tabel 4.

No.	Divisi	Status	Jumlah
1.	Administrasi	Karyawan tidak tetap	1
2.	Pegawai produksi	Karyawan tidak tetap	5
3.	Marketing	Karyawan tidak tetap	3
Jumlah			9

Perusahaan CV. Payung Global mempunyai deskripsi pekerjaan untuk setiap divisi, hal ini dimaksudkan untuk membantu atasan dan bawahan lebih mengerti mengenai pentingnya suatu jabatan dan sebagai alat manajemen untuk menghubungkan fungsi-fungsi dalam struktur organisasi perusahaan.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dianalisis berdasarkan kebutuhan dan deskripsi pekerjaan dari masing-masing jabatan dalam struktur organisasi usaha produk kasa, serta memperhatikan kebutuhan untuk pegawai produksi dan marketing perusahaan.

Tabel 5 KEBUTUHAN TENAGA KERJA CV. PAYUNG GLOBAL

Jabatan	Jumlah Tenaga Kerja Yang Dibutuhkan
Direktur	1
Administrasi	1
Pegawai Produksi	2
Marketing	2

Dilihat dari kebutuhan tenaga kerja di CV. Payung Global karyawan yang dimiliki telah menutupi kebutuhan tenaga kerja CV. Payung Global, mulai dari pengemasan sampai pada pendistribusian produk kasa sebanyak 9 orang. Berikut karyawan yang dimiliki oleh CV. Payung Global adalah berjumlah 9 orang, seperti pada Tabel 6.

Tabel 6 KARYAWAN CV. PAYUNG GLOBAL

No.	Divisi	Status	Jumlah
1.	Administrasi	Karyawan tidak tetap	1
2.	Pegawai produksi	Karyawan tidak tetap	5
3.	Marketing	Karyawan tidak tetap	3
Jumlah			9

3. Perencanaan Pelatihan Kerja

Perencanaan pelatihan kerja bertujuan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja. Pelatihan kerja merupakan salah satu jalur untuk meningkatkan kualitas serta mengembangkan karier tenaga kerja, maka dari itu perusahaan seharusnya merencanakan pelatihan kerja bagi karyawannya. Namun perusahaan sampai saat ini belum mengadakan pelatihan kerja bagi karyawannya, karena pelatihan kerja bagi karyawan CV. Payung Global belum dibutuhkan dilihat dari pelaksanaan kerja tidak memerlukan keahlian khusus.

D. ANALISIS ASPEK LEGAL DAN LINGKUNGAN

1. Aspek Hukum

Dalam mendirikan badan hukum suatu usaha harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh pihak yang berwenang. Berikut prosedur mendirikan CV diatur dalam pasal 16-35 Undang-Undang Hukum Perdata (KUHD).

- Membuat akte pendirian CV
- Mendapatkan akte pendirian
- Mengurus ijin usaha (SIUP)
- Mengurus tanda daftar perusahaan
- Mengumumkan ikhtisar resmi pendirian CV

Secara hukum CV. Payung Global telah terdaftar, hal ini terbukti dengan adanya Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 503/2644/PK/DPMPSTSP/VII/2018, surat tanda daftar perusahaan dengan nomor 10.29.3.47.04010 yang dikeluarkan pada tanggal 13 Juli 2018, dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan nomor 81.047.607.7-425.000 yang dikeluarkan pada tanggal 15 Agustus 2018.

2. Legalitas Investasi

Legalitas menjadi salah satu hal yang perlu untuk diperhatikan selain hal lainnya terkait keuangan dan marketing, dengan cara melegalkan sebuah bisnis yang dioprasikan. Perusahaan CV. Payung Global saat ini telah memiliki legalitas badan hukum yaitu Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Sampai saat ini perusahaan juga tidak pernah tercantum dalam Daftar Negatif Investasi (DNI).

3. Identifikasi Dampak Lingkungan

Suatu perusahaan sudah sepatasnya mengantisipasi limbah yang dihasilkan perusahaan yang bisa menyebabkan pencemaran lingkungan, dalam hal ini maka perusahaan harus mengidentifikasi apakah proses produksi yang dijalankan akan berdampak negatif atau tidak terhadap lingkungan. Usaha produk kasa dalam proses produksinya tidak menghasilkan dampak lingkungan seperti limbah karena produk kasa hampir 100% dapat terjual dan digunakan.

E. ANALISIS ASPEK FINANSIAL

1. Perhitungan Investasi

Perhitungan investasi perlu dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mengalami kerugian atau keuntungan. Berikut keterangan dalam perhitungan investasi di CV. Payung Global.

- Kebutuhan Dana dan Sumber Dana

Kebutuhan dana modal kerja sebesar Rp. 100.000.000,- akan dibiayai dengan modal sendiri (*equity*) sebesar Rp. 80.000.000,- (80%) dan kredit investasi sebesar Rp. 20.000.000,- (20%).

b. Biaya

Biaya – biaya yang dikeluarkan adalah termasuk biaya tetap, dan biaya tidak tetap. Untuk biaya tetap termasuk gaji sebesar Rp. 6.300.000 per bulan, biaya tidak tetap adalah sebesar biaya operasional yaitu Rp. 150.000 per bulan dan biaya lain – lain sebesar Rp. 200.000. Biaya tetap ini digunakan untuk pembelian bahan baku, kemasan dan lain – lain.

c. Ongkos Operasi

Ongkos operasi menyangkut pengeluaran, baik ongkos produksi maupun ongkos non produksi serta ongkos lain yang menunjang kelancaran dari perusahaan.

a) Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong

Tabel 7 BIAYA BAHAN BAKU DAN BAHAN PENOLONG

No	Bahan	Biaya Perbulan (Rp)	Biaya Tahun (Rp)
1	Kertas Dus	1.400.000	16.800.000
2	Kasa	36.750.000	441.750.000
3	Lem	5.000	60.000
4	Sticker	700.000	8.400.000
Total		38.855.000	467.010.000

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 8 BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG

No	Jumlah Pekerja	Gaji Per Bulan (Rp)	Gaji Per Tahun (Rp)
1	9	6.300.000	75.600.000
Total		6.300.000	75.600.000

2. Penyusunan Laporan Keuangan

a. Aliran *Cash Flow*

Tabel 9 ALIRAN *CASH FLOW*

Bulan	Penjualan (Rp)	Biaya Operasi (Rp)	Laba (Rp)
April	47.880.000	33.480.000	14.400.000
Mei	45.885.000	32.085.000	13.800.000
Juni	53.865.000	37.665.000	16.200.000
Juli	55.860.000	39.060.000	18.800.000
Agustus	51.870.000	36.270.000	15.600.000
September	51.870.000	36.270.000	15.600.000
Oktober	55.860.000	39.060.000	16.800.000
November	54.663.000	38.223.000	16.440.000
Desember	47.880.000	33.480.000	14.400.000
Januari	57.855.000	40.455.000	17.400.000
Februari	51.870.000	36.270.000	15.600.000
Maret	57.855.000	40.455.000	17.400.000
Total			192.440.000
Total Pendapatan			687.876.000

Berdasarkan Tabel 9. diatas dapat diketahui pendapatan pada bulan April 2018 sampai dengan Maret 2019 di CV. Payung Global sebesar Rp. 687.876.000 per tahun dengan pendapatan laba sebesar Rp. 192.440.000 per tahun.

b. *Payback Periode* (PP)

Analisis *payback period* ini bertujuan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian dana yang telah diinvestasikeun, yaitu 12 bulan atau 1 tahun. Cara menghitung *payback period* adalah:

$$\text{Payback period} = \frac{\text{investasi}}{\text{kas bersih per tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{Payback period} = \frac{100.000.000}{192.440.000} \times 1 \text{ tahun}$$

$$= 6,23 \text{ bulan}$$

Dari hasil perhitungan *Payback Period* Perusahaan CV. Global maka waktu pengembalian investasinya selama 6,23 bulan atau 6 bulan 23 hari.

c. *Break Even Point* (BEP)

Untuk menghitung besarnya BEP. Terlebih dahulu kita perlu mengetahui klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya (*cost behavior*), yaitu biaya tetap dan biaya variable. Unsur biaya tetap adalah biaya produksi tetap, biaya penyusutan, bunga kredit, gaji tenaga kerja tidak langsung, dan biaya administrasi. Sedangkan unsur biaya variabel adalah biaya bahan baku dan bahan penolong., ongkos *material handling*. Perhitungan BEP dapat dilihat dari tabel berikut:

$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{harga variabel per unit}}$$

$$\text{BEP} = \frac{6.650.000}{39.900 - 27.900}$$

$$= 554 \text{ unit}$$

Dari hasil perhitungan CV. Payung Global mempunyai BEP 554 unit per bulan.

d. *Net Present Value*

Net Present Value digunakan untuk mengukur layak atau tidaknya suatu saha dilaksan kn dilihat dari nilai sekarang arus kas bersih yang akan diterima dibandingkan dengan nilai sekarang dibandingkan dengan nilai sekarang dari jumlah investasi yang dikeluarkan.

NPV dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

Dengan faktor diskonto 10 %

$$\text{NPV} = (\text{ arus kas / faktor diskonto}) - \text{investasi awal}$$

$$\text{NPV} = \frac{192.440.000}{10\%} - 100.000.000$$

$$\text{NPV} = 1.824.400.000$$

Dari hasil perhitungan Perusahaan CV. Payung Global mempunyai NPV lebih dari 0.

e. *Internal Rate of Return*

Internal Rate of Return (IRR) didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dan aliran kas yang diharapkan akan diterima, sama dengan jumlah nilai sekarang dan penerima modal.

IRR dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{IRR} = 10\% + \frac{\text{selisih PV dengan investasi awal}}{\text{selisih factor diskonto}}$$

$$\text{IRR} = 10\% + \frac{1.824.400.000}{100.000.000} \times 2\%$$

$$\text{IRR} = 10,3\%$$

Dari hasil perhitungan Perusahaan CV. Payung Global mempunyai IRR sebesar 10,3%.

f. *Profitability Index* (PI)

Profitability Index (PI) atau Indeks Profitabilitas adalah metode penghitungan kelayakan proyek dengan membandingkan antara jumlah *present value* nilai arus kas dengan nilai investasi dari proyek.

PI dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{PI} = \frac{\text{kas masuk}}{\text{investasi}}$$

$$\text{PI} = \frac{687.876.000}{100.000.000}$$

$$\text{PI} = 6.87$$

Dari hasil perhitungan Perusahaan CV. Payung Global mempunyai PI sebesar 6.87.

V. PEMBAHASAN

A. ASPEK NON FINANSIAL

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, usaha produk kasa CV. Payung Global dinyatakan layak untuk dijalankan. Berikut hasil penilaian aspek pasar dan pemasaran:

- a. Peluang pasar dan target pasar perusahaan CV. Payung Global telah ada dibuktikan dengan hasil peramalan permintaan dan pengiriman untuk tiga tahun kedepan di rumah sakit Singaparna Medical Center (SMC) Tasikmalaya.
- b. Harga jual produk kasa di CV. Payung Global terbilang lebih murah dari perusahaan lain.
- c. Promosi yang dilakukan sudah tepat, promosi yang dilakukan CV. Payung Global adalah dengan mulut ke mulut dan menjalin kerja sama dengan rumah

sakit, namun dalam hal ini perusahaan perlu meningkatkan cara dan teknik promosi agar mampu menarik konsumen lebih banyak.

- d. Saluran distribusi sudah tepat. Pendistribusian produk kasa kepada konsumen dilakukan secara langsung oleh pihak perusahaan dan produk ditunjukkan langsung kepada rumah sakit yang sudah menjalin kerja sama

2. Aspek Teknis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dilihat dari aspek pemasaran usaha CV. Payung Global dinyatakan layak untuk dijalankan. Berikut ini hasil kriteria penilaian aspek teknis:

- a. Karakteristik yang dimiliki oleh produk kasa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, yang diharapkan dapat menarik konsumen
- b. Kapasitas produksi produk kasa sesuai dengan target penjualan yang telah direncanakan.
- c. Proses dan fasilitas produksi telah sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan.
- d. Lokasi yang saat menjadi kantor CV. Payung Global adalah lokasi terbaik berdasarkan penilaian dari syarat-syarat didirikannya perusahaan yaitu di Perum Grand Mutiara Blok D. 12 RT.003 RW.011 Kelurahan Ciakar Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.

3. Aspek Manajemen dan SDM

Berdasarkan hasil penelitian, usaha produk kasa CV. Payung Global dinyatakan layak untuk dijalankan. Berikut hasilnya yang diantaranya:

- a. Struktur organisasi telah sesuai dengan kegiatan dan proses-proses yang terjadi diperusahaan.
- b. Tenaga kerja yang dibutuhkan CV. Payung Global mulai dari pengemasan sampai pada pendistribusian produk kasa sebanyak 9 orang. Berdasarkan analisis yang dilakukan, jumlah karyawan yang dimiliki sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal ini ditandai dengan karyawan yang dimiliki oleh perusahaan lebih banyak dari kebutuhan tenaga kerja.
- c. Pelatihan tenaga kerja belum dibutuhkan oleh perusahaan mengingat tenaga kerja yang bekerja khususnya pegawai produksi tidak perlu memiliki keahlian khusus.

4. Aspek Hukum

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, CV. Payung Global layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek hukum karena:

- a. Memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

CV. Payung Global telah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor SIUP: 503/2644/PK/DPMPTSP/VII/2018.

- b. Memiliki Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

- c. CV. Payung Global memiliki TDP kecil dengan nomor: 10.29.3.47.04010.

- d. Telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan nomor 81.047.607.7-425.000 yang dikeluarkan pada tanggal 15 Agustus 2018.

- e. Legalitas investasi teridentifikasi positif karena perusahaan tidak tercantum dalam Daftar Negatif Indonesia (DNI).

5. Aspek Lingkungan

Hasil penelitian aspek lingkungan usaha produk kasa dinyatakan layak untuk dijalankan karena proses produksi tidak menimbulkan limbah sehingga tidak ada dampak bagi lingkungan.

B. ASPEK FINANSIAL

Aspek finansial dilakukan dengan menghitung *payback period*, *net present value*, *probability index*, *internal rate of return*, dan *break even point*. Berdasarkan hasil analisis aspek finansial terhadap usaha produk kasa CV. Payung Global dinyatakan layak berdasarkan hasil dibawah:

a. Payback Period

Hasil perhitungan PP dibandingkan dengan jangka waktu pengembalian investasi yang diinginkan. Nilai PP yang diperoleh menghasilkan angka yang lebih kecil dibandingkan dengan jangka pengembalian investasi yang diinginkan. Nilai rata – rata PP CV. Payung Global adalah 6 bulan 23 hari.

b. Net Present Value

Nilai NPV yang diperoleh menghasilkan angka positif atau lebih dari nol. Nilai rata – rata NPV untuk CV. Payung Global adalah 1.824.400.000. Hal ini berarti bahwa nilai arus kas yang dihasilkan mampu menutupi investasi yang dikeluarkan.

c. Probability Index

Nilai PI yang diperoleh CV. Payung Global menghasilkan angka lebih dari 1 yaitu 6,87. Hal ini berarti jumlah investasi yang ditanam dapat berputar lebih dari satu kali selama usaha dijalankan. Nilai arus kas yang dihasilkan mampu menutupi investasi yang dikeluarkan dan menghindari terjadinya kerugian.

d. Internal Rate Of Return

Nilai rata – rata IRR CV. Payung Global adalah 10,3% lebih besar dari nilai MARR yaitu 4,5%. Hal ini berarti bahwa investasi

yang ditanamkan dalam usaha CV. Payung Global memberikan keuntungan lebih dari bunga bank.

e. *Break Even Point*

Nilai rata – rata BEP yang dihasilkan oleh CV. Payung Global adalah 554 unit perbulan dimana pada penjualan sebanyak 554 unit perusahaan tidak akan mengalami kerugian dan keuntungan.

VI KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis kelayakan bisnis produk kasa, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yang ditinjau dari aspek hukum, manajemen dan SDM, aspek teknis, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran usaha produk kasa CV. Payung Global dinyatakan layak untuk dijalankan, dan ditinjau dari aspek finansial yang dianalisis usaha produk kasa CV. Payung Global dinyatakan layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adiwijaya. 2010. 8 jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia. Jakarta; PT Elex Media Komputindo.
- [2] Dewanto. 2010. Skripsi Perbedaan *corvorativ visioning* antara industri kecil dan menengah kota Surakarta. <http://e-journal.uaajy.ac.id/1739/3/2EM16024.pdf>
- [3] Ibrahim, Yacob. 2009. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [4] Jumingan. 2009 Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [5] Kasmir dan Jafkar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [6] Kasmir dan Jafkar. 2008. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi-2 Jakarta: Kencana Prenada Media.
- [7] Kotler Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit PT Ikrar Mandiri Abadi.
- [8] Kurniati dan Novik. 2013. Kopi Luwak. <http://www.Tanijogonegoro.com/2013/02/kopi-luwak>.
- [9] Menteri Kesehatan. 2016 <https://pendidikankedokteran.net/index.php/32-berita/1864-alat-kesehatan-kebutuhan-tinggi-55-persen-alkes-masih-impor>.
- [10] Ramdani Farid. 2018. "*Company Profile*" CV. Payung Global: Tasikmalaya.
- [11] Siregar. 1999. Analisis Kelayakan Pabrik. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- [12] Sikula. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Erlangga.
- [13] Suryana. 2001. Kewirausahaan. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- [14] Sunyoto. 2014. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: *Center of Akademik Publishing Service*.