

# ANALISA KELAYAKAN EKONOMI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI CAHAYA PERMATA

Mujito Sandi Laksono<sup>1</sup>, Siswiyanti<sup>2</sup>, M. Fajar Nurwildani<sup>3</sup>

1 Mahasiswa ProgdI Teknik Industri \_ Universitas Pancasakti Tegal  
2,3 Dosen Fakultas Teknik \_ Universitas Pancasakti Tegal

E-mail: Sandisimbah91@gmail.com

## Abstrak

Dewasa ini pertumbuhan dan persaingan, perkembangan usaha semakin ketat karena pada tahun ini akan diadakan pasar bebas dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), Tegal merupakan kota dengan berbagai ketrampilan, ada usaha bubut, konveksi maupun usaha-usaha kecil seperti tempe, krupuk maupun tahu. Tegal dengan potensi yang besar untuk melakukan kegiatan usaha yang salah satunya adalah Usaha konveksi cahaya permata yang bertempat di Jln. Prof. Moh. Yamin Slawi. Dengan semakin pesat dan ketatnya persaingan di dunia usaha konveksi, maka perlu dilakukan pengembangan usaha guna memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen yang semakin tinggi dan bervariasi. pemilik usaha konveksi cahaya permata harus mampu bersaing dan mampu memenuhi kebutuhan permintaan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dan menentukan strategi untuk mengembangkan usaha tersebut dengan metode SWOT. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pertama yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi atau pengamatan, pencatatan dan dokumentasi terhadap aktifitas kerja yang ada pada Usaha Konveksi CAHAYA PERMATA secara langsung. Setelah itu dilakukan wawancara agar dapat mengetahui proses produksi dan alat yang digunakan serta data finansial. kemudian melakukan perhitungan kelayakan ekonomi pada usaha tersebut, setelah itu melakukan analisis faktor internal dan eksternal untuk melakukan perhitungan SWOT untuk menentukan strategi yang akan digunakan. Hasil penelitian ini dapat diketahui, Usaha konveksi cahaya permata memiliki nilai NPV positif sebesar Rp. 225.660.894,5, dengan BEP sebanyak 386 unit. lama pengembalian modal investasi selama 2,4 tahun dilihat dari perhitungan Payback Periode dengan nilai B/C >1 maka usaha konveksi cahaya permata layak untuk dilakukan investasi. Matrik internal dan eksternal menunjukkan pada 2,075 pada faktor internal dan 2,05 pada faktor eksternal. Hal ini berarti usaha konveksi cahaya permata berada pada posisi V dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan). Karena kekuatan yang dimiliki lebih sedikit dan adanya kelemahan membuat usaha konveksi cahaya permata harus memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang dipakai adalah SO (Strength Opportunities) yaitu mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang muncul.

**Kata Kunci :** kelayakan Usaha, SWOT, Strategi pengembangan, Net Present Value (NPV), Benefit Cost Ratio (B/C), Payback Periode (PP).

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pertumbuhan, persaingan dan perkembangan usaha semakin ketat karena pada tahun ini akan diadakan pasar bebas dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), karena saat ini menggunakan pekerja sistem

kontrak maka pada saat kontrak kerja habis dan umur kita tidak produktif lagi maka kita akan kesulitan untuk mencari pekerjaan. Oleh karena itu saat ini banyak usaha – usaha baru yang saat ini mulai merintis dan berkembang. Daerah Tegal merupakan daerah yang memiliki potensi

besar untuk melakukan usaha yang salah satunya adalah Usaha konveksi cahaya permata yang bertempat di Jln. Prof. Moh. Yamin Slawi. Usaha ini bergerak di bidang pembuatan pakaian jadi seperti kaos, baju, seragam, jaket, untuk memenuhi permintaan instansi atau perorangan.

#### **rumusan**

Dari uraian diatas, peneliti dapat mengemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah usaha konveksi cahaya permata sudah layak secara ekonomi?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha konveksi cahaya permata dengan metode SWOT ?

#### **Tujuan**

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kelayakan ekonomi pada usaha konveksi cahaya permata.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk usaha konveksi cahaya permata.

#### **Manfaat**

Dalam suatu penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan berbagai macam manfaat bagi orang banyak. Adapun manfaat yang ingin diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini adalah

- a. untuk mencoba berlatih berfikir secara ilmiah dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh ketika kuliah berkaitan dengan objek penelitian ataupun masalah yang diteliti.
- b. Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu kelompok masyarakat, khususnya untuk konveksi cahaya permata.

### **LANDASAN TEORI**

#### **Pengertian Usaha Kecil.**

Usaha kecil merupakan sebutan yang disingkat dari usaha skala kecil (USK) sebagai terjemahan dari istilah *small scale enterprise (SSE)* yang mempunyai banyak pengertian, baik dalam makna konsep teoritis, maupun konsep strategis kebijakan

pembangunan (Anoraga,P dan J. Sudantoko, 2002)

#### **Study Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu konsep yang dikembangkan dari konsep manajemen keuangan, terutama ditujukan dalam rangka mencari atau menemukan inovasi baru dalam perusahaan (Sofyan,Iban 2004).

#### **Aspek-Aspek Dalam Studi Kelayakan Bisnis.**

- a. Aspek Teknis dan Produksi
- b. Aspek Manajemen dan SDM
- c. Aspek Hukum
- d. Aspek Ekonomi dan Sosial
- e. Aspek Dampak Lingkungan
- f. Aspek Pemasaran
- g. Aspek Finansial

#### **Kriteria Kelayakan Usaha.**

##### *1. Net Present value (NPV)*

NPV adalah selisih antara *Present Value* dari investasi nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Umar,Husein. 2003).

##### *2. Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)*

*B/C Ratio* merupakan metode yang dilakukan untuk melihat beberapa manfaat yang diterima oleh proyek untuk satu rupiah pengeluaran proyek. Menurut (Sofyan,Iban. 2004),

##### *3. Payback period (PP)*

PP adalah masa pengembalian modal, artinya lama periode waktu untuk mengembalikan modal investasi.

##### *4. Break Event Point (BEP)*

BEP merupakan suatu keadaan atau penjualan usaha dimana jumlah manfaat (pendapatan) sama besarnya dengan pengeluaran (biaya) dengan kata lain keadaan dimana perusahaan tidak mendapatkan keuntungan dan tidak menderita kerugian (Fatah,N 1994).

#### **Pengertian Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan(*strengths*), kelemahan(*weaknesses*), peluang(*opportunities*), dan ancaman (*threats*)

dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

### METODE PENELITIAN

Taylor (1992) Penelitian kualitatif Salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. "pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif.

### Populasi Sampel

Populasi tersebut adalah pemilik dan pekerja konveksi serta konsumen dari konveksi cahaya permata Kabupaten. Tegal. Dari bulan Desember 2014 sampai Maret 2015.

Sampel penelitian ini adalah pengguna kursi taman, konsumen dari konveksi cahaya permata yang ditentukan dalam pengambilan sampel sebanyak 30 orang.

### Metode analisa data

#### Pengujian kuesioner

##### 1. Uji Validitas

Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots\dots\dots (1)$$

##### 2. Uji Reliabilitas

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right\} \dots\dots\dots (2)$$

### Uji kelayakan Ekonomi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan didukung dengan menggunakan metode ekonomi teknik seperti *Metode Net Present Value* (NPV),

*Metode Internal Rate Return (IRR)*, *Metode Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)*, *Metode Payback Period (PP)*, dan *Metode Return Of Investement (ROI)* untuk menguji kelayakan ekonomi konveksi Cahaya Permata. Informasi dan data yang di dapatkan dari dilakukannya penelitian ini, diolah dan dianalisis.

#### 1. Break Even Point (BEP)

Penentuan titik impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba. Penentuan titik impas dengan teknik persamaan dapat dilakukan dengan dua cara yakni sebagai berikut:

##### 1. Laba

$$Y = cx - bx - a$$

Keterangan :

Y : Laba

a : Biaya tetap

b : Biaya variabel per satuan

c : Harga jual per satuan

x : Jumlah produk yang dijual

##### 2. Laporan rugi laba dengan metode variabel costing,

$$Y = cx - bx - a$$

Keterangan :

Y : Laba bersih

a : Biaya tetap

bx : Biaya variabel

cx : Pendapatan penjualan

##### 2. Payback Period (PP) :

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas masuk bersih} \times 1\text{Tahun}}$$

##### 3. Net Present Value

$$NVP = \sum_{t=0}^n \frac{(Bt - Ct)}{(1 + i)^t}$$

Keterangan :

Bt = *Benefit* bruto proyek pada tahun ke -t

Ct = *Biaya bruto* proyek pada tahun ke-t

n = Umur ekonomis proyek

i = Tingkat bunga modal (%)

t = Periode per tahun

Apabila dalam perhitungan NPV diperoleh lebih besar dari nol atau positif,

maka proyek yang bersangkutan diharapkan menghasilkan tingkat keuntungan, sehingga layak untuk diteruskan. Jika nilai hasil bersih lebih kecil dari nol atau negatif, maka proyek akan memberikan hasil yang lebih kecil dari pada biaya yang dikeluarkan atau akan merugi (ditolak).

#### 4. Analisis Net B/C

$$NetB/C = \frac{\sum_{t=0}^{t=n} \frac{(Bt-Ct)}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^{t=n} \frac{(Bt-Ct)}{(1+i)^t}} \rightarrow \begin{matrix} (Bt-Ct) > 0 \\ (Bt-Ct) < 0 \end{matrix}$$

Keterangan :

Net B/C ≥ 1 : usaha layak dilaksanakan

Net B/C < 1: usaha tidak layak dilaksanakan.

#### 5. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor seta jumlah total perkalian skor dan bobot (c = a x b) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan.
2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y;
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

No.	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total Kelemahan			
Selisih Total Kekuatan - Total Kelemahan = S - W = x				
No.	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Tantangan			
Selisih Total Peluang - Total Tantangan = O - T = y				

Tabel 3.1 Tabel Angket SWOT

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1) Profil Usaha Konveksi Cahaya Permata

Usaha Konveksi cahaya permata merupakan salah satu usaha konveksi di kabupaten tegal, yang terletak di Jalan Prof. Moh Yamin slawi. Usaha ini berdiri baru 4 tahun tepatnya pada tahun 2012.

#### 2) Daerah Pemasaran Usaha Konveksi Cahaya Permata

Usaha konveksi cahaya permata memiliki daerah pemasaran di kota tegal, kabupaten tegal, Brebes dan Pemalang. fokus utama pemasaran pada instansi pemerintahan seperti Sekolah (PAUD, TK, SD, SMP, SMA atau SMK, PERGURUAN TINGGI), SWASTA.

#### 3) Perhitungan Kelayakan Ekonomi

##### a. Sumber Modal Usaha / Investasi

Tabel 4.1 Investasi Awal Usaha

Jenis peralatan	jumlah	Harga satuan	Total
mesin jahit	3	Rp. 3.000.000	Rp. 9.000.000
mesin dek	1	Rp. 3.500.000	Rp. 3.500.000
mesin obras	3	Rp. 2.800.000	Rp. 8.400.000
perlengkapan usaha			Rp. 6.500.000
Jumlah Investasi Awal		<b>Rp. 27.400.000</b>	

b. Biaya Produksi

Tabel 4.2 Biaya Produksi Usaha Konveksi Cahaya Permata per Bulan

Jenis	Keterangan	biaya perbulan
bahan baku	Bahan baku kain Kadet 110 kg @ 82.000	9.020.000
Overhead	krah 3 kg @ Rp.71.000	213.000
	kancing 1 bungkus besar	58.000
	Benang jahit 10 Lusin @ 12.500	125.000
	Benang Obras 6 roll @ 38.000	228.000
	cat Sablon 5 kg @ 30.000	150.000
Gaji Karyawan	Karyawan 7 orang @ 1.000.000	7.000.000
Sewa Tempat Usaha	Sewa Ruko 12.000.000 / 12 Bulan	1.000.000
Pemasaran		500.000
Listrik		300.000
<b>Total Biaya Pengeluaran per bulan</b>		<b>18.594.000</b>

c. Biaya Produksi per Unit

Biaya produksi sebesar Rp. 18.594.000 perbulan dengan volume produksi 400 kaos maka biaya Produksi per unit = 18.594.000 : 500 = Rp. 37.188 per kaos

d. Pendapatan Penjualan

Harga penjualan Rp.60.000 per kaos dan dengan Produk yang Terjual 500 kaos maka pendapatan penjualan perbulan usaha konveksi Sebesar Rp. 30.000.000.

e. Perhitungan NPV

Perhitungan NPV dengan tingkat Suku bunga 10% pertahun atau 2,5% per kuartal untuk perhitungan manual dapat dilihat sebagai berikut:

- 1)  $NPVQ_1 = -6850000 : (1+0,025)^0 = -6850000$
- 2)  $NPVQ_2 = -6850000 : (1 + 0,025)^1 = -6.682.927$
- 3)  $NPVQ_3 = -6850000 : (1 + 0,025)^2 = -6.519.929$
- 4)  $NPVQ_4 = -6850000 : (1 + 0,025)^3 = -6.360.906$
- 5)  $NPVQ_5 = -4500000 : (1+0,025)^5 = -4.076.778$
- 6)  $NPVQ_6 = 29718000 : (1+0,025)^6 = 26.266.382$

4.3 Tabel NPV

Diklan Tanggal	Tahun 1				Tahun 2				Tahun 3				Tahun 4			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Biaya Investasi	-6.850.000	-6.850.000	-6.850.000	-6.850.000												
Biaya Tetap					3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Biaya Pemasaran					1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Biaya Produksi					-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000	-15.782.000
Volume Produksi					1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Biaya Produksi Per Unit					37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188	37.188
Pendapatan Penjualan					90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000
Volume Penjualan					1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Harga Per Unit					60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Nilai Ekuivalensi	4.850.000	4.850.000	4.850.000	4.850.000	4.900.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000	58.718.000
Nilai NPV (Rp)	4.850.000	4.682.927	4.519.929	4.360.906	4.076.778	26.266.382	25.625.738	25.000.720	24.396.947	23.796.043	23.215.654	22.649.439	22.096.994	21.558.043	21.032.287	20.519.225
Nilai Bersih Usaha	225.666.594															

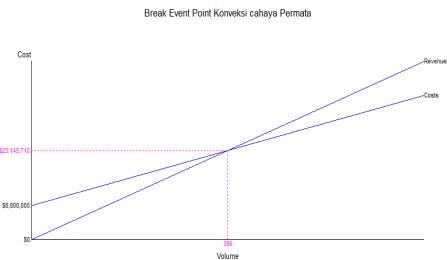
f. Perhitungan Break Even Point

Biaya tetap sebesar Rp. 8.800.000, biaya variabel Rp. 37.188 per unit, dan harga jual Rp. 60.000 maka nilai BEP adalah

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

$$BEP = \frac{8.800.000}{60.000 - 37.188}$$

= 385,76 unit dibulatkan menjadi 386 unit



Gambar 4.2 Grafik Break Even Point

g. Payback Periode (PP)

$$PP = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{kas masuk bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = \frac{27.400.000}{(30.000.000 - 18.594.000)} \times 1 \text{ tahun} = 2,4 \text{ tahun}$$

h. Analisis Net B/C

$$B/C = \frac{\text{benefit tahunan}}{\text{cost tahunan}}$$

$$B/C = \frac{360.000.000}{223.128.000} = 1,613$$

Dari hasil perhitungan B/C ratio diatas diperoleh hasil 1,613 > 1 , maka usaha dikatakan layak atau feasible.

1. Menentukan Faktor Internal dan eksternal

Faktor internal dan eksternal usaha konveksi cahaya permata diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber dan dari data pengamatan langsung di lapangan.

Tabel 4.4 Faktor Internal Dan Eksternal Usaha Konveksi

Faktor Internal	Faktor Internal Kelestarian	Membeli peralatan yang selengkap mungkin dari NIB, NPW, PP, SPP dan BCC		
		Labels Usaha Strategis		
		Tersedia tenaga kerja Terampil		
		Tersedia bahan baku yang memadai sehingga kualitas produk terjaga		
	Faktor Internal Kelemahan	Teknologi produksi masih sederhana		
		Tingkat pendidikan formal pekerja rendah		
		Kelengkapan pekerja kurang		
		Proses produksi yang tidak tepat waktu		
		Faktor Eksternal	Faktor Eksternal Peluang	Pemilihan Produk Unggul
				Adanya tempat dalam lingkungan
Produk sudah menjadi kebutuhan umum				
Ketersediaan Koneksi				
Pangsa pasar luas				
Faktor Eksternal Ancaman	Perang dagang dan kebijakan lain			
	Harga bahan baku yang selalu naik			
	Teknologi yang selalu berkembang			
	Keberlangsungan pelayanan dari konsumen			
	Pengawasan bahan baku barang tidak tepat waktu			

2. Menentukan Bobot Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 4.5 Kuisisioner Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal

No	Atribut	1	2	3	4	5
Faktor Internal Kelestarian						
1	Mempunyai pemeliharaan yang selengkap mungkin dari NIB, NPW, PP, SPP dan BCC					
2	Labels Usaha Strategis					
3	Tersedia tenaga kerja Terampil					
4	Tersedia bahan baku yang memadai sehingga kualitas produk terjaga					
Faktor Internal Kelemahan						
1	Teknologi produksi masih sederhana					
2	Tingkat pendidikan formal pekerja rendah					
3	Kelengkapan pekerja kurang					
4	Proses produksi yang tidak tepat waktu					
Faktor Eksternal Peluang						
1	Pemilihan Produk Unggul					
2	Adanya tempat dalam lingkungan					
3	Produk sudah menjadi kebutuhan umum					
4	Ketersediaan Koneksi					
5	Pangsa pasar luas					
Faktor Eksternal Ancaman						
1	Perang dagang dan kebijakan lain					
2	Harga bahan baku yang selalu naik					
3	Teknologi yang selalu berkembang					
4	Keberlangsungan pelayanan dari konsumen					
5	Pengawasan bahan baku barang tidak tepat waktu					

3. Pengujian Kuisisioner contoh perhitungan untuk atribut satu.

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n : Jumlah Subyek  
 X : Nilai Tes Ujicoba  
 Y : Nilai Kriterium

$$r_{xy} = \frac{30.1786 - (112)(473)}{\sqrt{(30.428 - (112)^2)(30.7533 - (473)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{604}{\sqrt{(296)(2261)}}$$

$$r_{xy} = \frac{604}{\sqrt{669256}}$$

$$r_{xy} = 0,738$$

4. Perhitungan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu unit usaha atau perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

a. Perhitungan Bobot dan Rating

Untuk bobot dan rating pada faktor internal dan eksternal dapat diambil dari data kuisioner. Untuk bobot diambil dari persentase tiap variabel dari vaktor internal maupun eksternal, sedangkan rating diperoleh dari nilai yang sering muncul pada data kuisioner.

b. Faktor Strategi Internal

Tabel 4.11 Faktor Strategi Internal Konveksi Cahay Permata

No	Faktor - Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	memiliki modalitas yang cukup kuat	0,13	4	0,52
2	Lokasi usaha strategis	0,14	4	0,56
3	Terdapat tenaga kerja terampil	0,15	4	0,6
4	Terdapat bahan baku yang memadai sehingga kualitas produk terjaga	0,13	4	0,52
Jumlah				2,2
<b>Kelemahan</b>				
1	Teknologi produksi masih sederhana	0,12	4	0,48
2	Tingkat pendidikan formal pekerja rendah	0,12	4	0,48
3	keciprakan pekerja kurang	0,12	4	0,48
4	Proses produksi sering tidak tepat waktu	0,10	3	0,4
Jumlah				1,84

c. Faktor Strategi Eksternal

Tabel 4.12 Faktor Strategi Eksternal Konveksi Cahaya Permata

No	Faktor - Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	permintaan Produk tinggi	0,11	4	0,44
2	adanya kondisi dalam instansi-instansi	0,1	4	0,4
3	Produk sudah menjadi kebutuhan utama	0,1	4	0,4
4	keinginan konsumen	0,11	4	0,44
5	Pangsa pasar luas	0,11	4	0,44
Jumlah				2,22
<b>Ancaman</b>				
1	pesaingan dan kondisi daerah sekitar dan luar kota	0,1	4	0,4
2	harga bahan baku yang selalu naik	0,09	4	0,36
3	Teknologi yang selalu berkembang	0,1	4	0,4
4	ketidambatan pembayaran dari konsumen (polumasan)	0,08	4	0,32
5	pengiriman bahan baku kadang tidak tepat waktu	0,1	4	0,4
Jumlah				1,96

d. Matriks SWOT

	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki modal kuat</li> <li>2. Lokasi usaha strategis</li> <li>3. Terdapat tenaga kerja terampil</li> <li>4. Terdapat bahan baku yang memadai sehingga kualitas terjaga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi produksi masih sederhana</li> <li>2. Tingkat pendidikan formal pekerja rendah</li> <li>3. Kecaprian pekerja kurang</li> <li>4. Proses produksi sering tidak tepat waktu</li> </ol>
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan produk tinggi</li> <li>2. Adanya kondisi dalam instansi</li> <li>3. Produk sudah menjadi kebutuhan utama</li> <li>4. Keinginan konsumen</li> <li>5. Pangsa pasar luas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>2. Melakukan diversifikasi produk</li> <li>3. Melakukan produksi yang lebih berkualitas untuk memenuhi kebutuhan pasar</li> <li>4. Mengembangkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar</li> <li>5. Memanfaatkan modalitas untuk meningkatkan modal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>2. Memanfaatkan jam kerja untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>3. Memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>4. Melakukan perbaikan produksi yang lebih baik</li> </ol>
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaingan dari daerah sekitar dan luar kota</li> <li>2. Harga bahan baku yang selalu naik</li> <li>3. Teknologi yang selalu berkembang</li> <li>4. Ketidambatan pembayaran dari konsumen (polumasan)</li> <li>5. Pengiriman bahan baku kadang tidak tepat waktu</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi untuk bersaing dengan pesaingan</li> <li>2. Melakukan perbaikan bahan baku untuk meningkatkan kualitas produk</li> <li>3. Memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>4. Mengembangkan modalitas dengan penambahan modal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan produksi dengan teknologi yang ada</li> <li>2. Memanfaatkan tenaga kerja yang ada untuk meningkatkan kemampuan produksi</li> <li>3. Mengembangkan skill tenaga kerja</li> <li>4. melakukan perbaikan pembayaran</li> </ol>

PEMBAHASAN

1) Profil Usaha dan investasi

Usaha konveksi cahaya permata yang bertempat di jalan Prof. Moh. Yamin Slawi sudah berjalan selama 4 Tahun. Dalam mendirikan usaha konveksi modal usaha atau investasi sebanyak Rp. 27.400.000, dan dengan biaya pengeluaran perbulan sebesar Rp. 18.594.000. dengan harga jual produk sebesar Rp. 60.000 per kaos dan penjualan sebanyak 500 unit kaos per bulan maka akan mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 30.000.000 perbulan. Biaya yang dikeluarkan untuk membuat 500 kaos sebesar Rp. 18.594.000 perbulan dengan demikian maka biaya untuk membuat 1 unit kaos sebesar Rp. 37.188.

2) Analisa Kelayakan Ekonomi

Hasil dari pembahasan kelayakan ekonomis dengan melakukan perhitungan *Net Present Value (NPV)* pada usaha Konveksi Cahaya Permata di Slawi Kabupaten Tegal dengan tingkat suku bunga 10% pertahun atau 2,5% perkuartal diketahui nilai *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp.225.660.894,5 atau bernilai positif. Pada perhitungan Break Event Point (BEP) diketahui banyaknya unit yang harus

dicapai sebanyak 386 unit. Jangka waktu yang dibutuhkan usaha konveksi cahaya permata untuk pengembalian modal awal atau unvestasi selama 2,4 tahun dilihat dari perhitungan Payback Periode (PP). Untuk melihat layak atau tidaknya suatu investasi dilihat dari analisis Cost Ratio (B/C), pada usaha konveksi cahaya permata didapat perhitungan B/C dengan nilai 1,613 atau lebih dari 1 maka dikatakan layak.

### 3) Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui bahwa usaha konveksi cahaya permata memiliki kekuatan antara lain dalam permodalan yang cukup kuat, lokasi usaha yang strategis, tersedianya tenaga kerja yang terampil dan tersedianya bahan baku yang memadai. Peluang yang dimiliki oleh usaha konveksi cahaya permata antara lain permintaan produk tinggi, adanya link dalam instansi, produk sudah menjadi kebutuhan pokok, keinginan konsumen tinggi, pangsa pasar luas.

Namun usaha konveksi cahaya permata memiliki kelemahan teknologi produksi masih sederhana, tingkat pendidikan formal pekerja rendah, kedisiplinan pekerja kurang, dan pengiriman produk jadi sesekali mengalami keterlambatan. Selain kelemahan diatas ditemukan juga ancaman dari luar seperti persaingan dari konveksi daerah sekitar dan luar kota, harga bahan baku yang selalu naik, teknologi yang selalu berkembang, keterlambatan pembayaran dari konsumen (pelunasan), dan pengiriman bahan baku yang tidak tepat waktu

Strategi yang di gunakan untuk mengembangkan usaha Konveksi Cahaya Permata di Slawi Kabupaten Tegal. Adapun adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan sandang yang merupakan kebutuhan pokok
2. Melakukan disversifikasi produk.
3. Membuat produk yang lebih unggul dengan ketersediaan bahan baku yang memadai
4. Memperbanyak produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar.

5. Memaksimalkan permodalan untuk bekerjasama dengan instansi

## KESIMPULAN

Usaha konveksi cahaya permata dinilai sudah layak secara Ekonomi dengan melihat pada perhitungan *Net Present Value* (NPV) lebih besar dari 0 yaitu sebesar Rp. 225.660.894,5 ,dengan BEP sebanyak 386 unit.lama pengembalian modal investasi selama 2,4 tahun dilihat dari perhitungan Payback Periode dengan nilai Benefit Cost Ratio (*BCR*) sebesar  $1,613 > 1$  atau feasible untuk dilakukan investasi.

Strategi yang harus digunakan Oleh usaha Konveksi Cahaya Permata adalah Strategi *Strength Opportunities* (SO) yaitu

1. Memenuhi kebutuhan sandang yang merupakan kebutuhan pokok.
2. Melakukan disversifikasi produk.
3. Membuat produk yang lebih unggul dengan ketersediaan bahan baku yang memadai.
4. Memperbanyak produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar.
5. Memaksimalkan permodalan untuk bekerjasama dengan instansi.

## Saran

- a. Hendaknya pihak pemilik usaha perlu melakukan teguran untuk menambahkan tingkat kedisiplinan para pekerja agar waktu kerja lebih maksimal,gar proses produksi bisa tepat sesuai jadwal.
- b. Sebaiknya mulai mempertimbangkan untuk melakukan pembelian alat-alat yang lebih moderen untuk memaksimalkan hasil dan mempercepat proses produksi

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. dan J. Sudantoko.2002. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.



- Farrel, O. C dan D, Herline. 2005. *Marketing Strategy. Southwestern: Thomson Corporation.*
- Fatah, N.1994. *Evaluasi Proyek Finansial pada Proyek Makro.* Jakarta: CV. Asona.
- Haming, M. dan Salim Basalamah.2003. *Studi Kelayakan Investasi Proyek dan Bisnis.* Jakarta: PPM.
- Husnan, S. dan Suwarsono. 2000. *Studi Kelayakan Proyek, Edisi Ke Empat.* Yogyakarta: UPP.AMP YKPN.
- Ibrahim, M.Y. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Jawaban Atas Pertanyaan Masyarakat. Kemenperin. Diakses dari <http://www.Kemenperin.go.id> . 1Februari 2016
- Kasman, Syarif. 2011. *Analisa Kelayakan Usaha Produk Minyak Aromatik Merek FLOSH (Studi Kasus Pada Usaha Marun Aromaterapi)*
- Khotler,Philip dan Susanto. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia.* Jakarta: Salemba,Empat.
- Khotler,Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prehalindo
- Masyarakat Ekonomi ASEAN. Diakses dari <http://www.marketing.co.id> /apa-itu-masyarakat-ekonomi-asean-mea/. 21 Februari 2015
- Mega Indah Pujiningsih. 2013. *Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar.*
- Muhadjir,N. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Ke Empat.* Yogyakarta: Reke.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21).* Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Rewolt, S.H, J.D Scott dan M.R. Waeshaw. 1987. *Strategi Harga Dalam Pemasaran. Diterjemahkan Oleh A. Hasyim.* Jakarta: Bina Aksara.
- Soeharto,I. 2002. *Studi Kelayakan Proyek Industri.* Jakarta: Erlangga.
- Sofyan, Iban. 2004. *Study Kelayakan Bisnis, Edisi Pertama.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfab