

Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pemasaran pada UD. Abiyon Jaya di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan

Ninda Permatasari, & *Taufik R.D.A Nugroho
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

ABSTRAK

UD. Abiyon Jaya merupakan industri rumahan yang menghasilkan kerupuk ikan dengan memanfaatkan tiga jenis ikan sebagai bahan baku utama yang berlokasi di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kelayakan finansial serta strategi pemasaran. Metode yang digunakan meliputi kelayakan finansial menggunakan Net Present Value (NPV), B/C Ratio, Internal Rate of Return (IRR) dan Payback Period (PP), sedangkan strategi pemasaran meliputi Segmenting, Targeting dan Positioning. Hasil analisis kelayakan finansial menunjukkan nilai NPV sebesar Rp. 460.395, nilai B/C Ratio sebesar 0,28, nilai IRR sebesar 10,73% dan nilai payback period yaitu 3 tahun 8 bulan. Strategi pemasaran mencakup segmentasi geografis, demografis dan psikografis serta target pemasaran seluruh segmen pasar yang berada di wilayah Madura dan luar Madura, namun terdapat hambatan. UD. Abiyon Jaya memposisikan sebagai kerupuk ikan yang memiliki rasa yang khas dengan harga terjangkau serta menjaga kualitas dan mutu produk.

Kata Kunci: Kelayakan Bisnis, dan Strategi Pemasaran.

Analysis of Business Feasibility and Marketing Strategy at UD. Abiyon Jaya in Socah District , Bangkalan Regency

ABSTRACT

UD. Abiyon Jaya is a home industry that produces fish crackers by utilizing three types of fish as the main raw material, located in Socah District, Bangkalan Regency. This study aims to analyze the level of financial feasibility and marketing strategy. The method used includes financial feasibility using Net Present Value (NPV), B/C Ratio, Internal Rate of Return (IRR) and Payback Period (PP), while the marketing strategy includes Segmenting, Targeting and Positioning. The results of the financial feasibility analysis show the NPV value Rp. 460.395, the B/C Ratio value is 0,28, the IRR value is 10,73% and the payback period value is 3 years 8 months. The marketing strategy includes geographic, demographic and psychographic segmentation as well as marketing targets for all market segments in the Madura region and outside Madura, but there are obstacles. UD. Abiyon Jaya is positioned as fish crackers that has a distinctive taste at affordable prices and maintain product quality.

Keywords: Business Feasibility, and Marketing Strategy.

PENDAHULUAN

Industri adalah suatu kegiatan yang memiliki nilai tambah dengan mengolah produk mentah menjadi produk jadi untuk mendapatkan keuntungan. Industri memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional, dikarenakan dapat mengurangi tingkat pengangguran serta kemiskinan di Kabupaten Bangkalan yang mengalami peningkatan sebesar 7,10 persen pada bulan Maret 2020 dengan menyerap tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2020). Kabupaten Bangkalan memiliki 18 kecamatan dengan potensi alam berbeda di setiap wilayahnya yang diolah menjadi produk dengan harapan

dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran salah satunya adalah industri pengolahan kerupuk.

Berdasarkan hasil data survei Sosial Ekonomi Nasional, tingkat partisipasi konsumsi kerupuk penduduk wilayah perkotaan lebih besar daripada wilayah penduduk pedesaan. Hal itu terbukti rata-rata konsumsi dan pengeluaran perkapita dalam seminggu wilayah pedesaan sebesar 0,159 ons sedangkan wilayah perkotaan sebesar 0,181 ons. Tingkat partisipasi konsumsi wilayah pedesaan dan perkotaan pada bulan Maret sebesar 22,18 (Badan Pusat Statistik, 2019).

Kerupuk merupakan jenis makanan ringan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, baik anak-anak hingga orang tua. Menurut Zulfahmi dkk. (2015) mengutip Huda *et al* (2009), kerupuk ikan terbuat dari campuran daging ikan dengan air dan pati yang dibentuk bulat atau lonjong dengan melalui beberapa proses dari perebusan, pendinginan, diiris lalu dikeringkan. Setelah itu, melalui tahap penggorengan hingga mengembang yang menjadi salah satu parameter kualitas dan disajikan dalam bentuk makanan ringan. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan (2015), wilayah Socah merupakan salah satu dari 10 kecamatan yang berbatasan langsung dengan laut. Hal ini yang menjadikan kecamatan Socah sebagai sentra produksi hasil perikanan yang diolah menjadi kerupuk ikan atau kerupuk udang (Investment Kabupaten Bangkalan, 2018).

UD. Abiyon Jaya adalah industri rumahan yang menghasilkan kerupuk ikan sejak tahun 2015 dengan merk Liyosin serta sudah memiliki surat izin seperti PIRT, NIB dan Usaha Mikro Kecil. UD. Abiyon Jaya memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri yang membedakan dengan jenis kerupuk yang sudah menjadi unggulan di kecamatan Socah seperti kerupuk terung dan kerupuk teripang (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan, 2015), dikarenakan usaha ini menggunakan jenis ikan laut yang berbeda meliputi ikan payus, ikan laosan merah dan ikan kakap merah dalam pengolahannya menjadi kerupuk.

UD. Abiyon Jaya telah berjalan sejak lima tahun lalu yang masih terbilang baru serta memiliki banyak tantangan dalam mengembangkan usahanya terutama dalam pemasaran yang hanya meliputi Socah, Kamal dan Bangkalan. Analisis kelayakan usahadan strategi pemasaran diharapkan dapat membantu UD. Abiyon Jaya dalam mempertahankan keuntungan yang telah diperoleh serta dapat mengetahui gambaran usaha di masa mendatang dengan adanya perencanaan strategi pemasaran yang tepat terutama dalam menghadapi pesaing agar UD. Abiyon Jaya tetap bertahan dan dapat memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti ingin melakukan penelitian pada usaha kerupuk ikan UD. Abiyon Jaya dengan tujuan adalah: (1) Menganalisis tingkat pendapatan bersih dan kelayakan usaha dari aspek finansial UD. Abiyon Jaya, (2) Menganalisis *Segmenting, Targetting* dan *Positioning* pada UD. Abiyon Jaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Penerimaan dan Pendapatan

Analisis penerimaan merupakan perkalian antara jumlah produksi dalam jangka waktu tertentu dengan harga jual produk (Ibnu Sajari, Elfiana, 2017). Menurut Suhardi & Subari (2020) mengutip Rohim dan Diah (2007), Produk yang

dihasilkan banyak maka penerimaan yang diterima semakin besar dan apabila produk yang dihasilkan sedikit maka penerimaan yang diterima semakin mengecil. Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya keseluruhan yang dikeluarkan dalam satu periode (Lahandu, Antara & Muis, 2016). Menurut Hastinawati & Rum (2012), pendapatan dapat memberi gambaran tentang keuntungan yang diperoleh dari penerimaan dikurangi biaya tetap dan biaya variabel.

Nurlaila (2017), mengutip Samuelson dan Nordhaus (2005), yang mengatakan bahwa pendapatan diperoleh dari tiga sumber antara lain gaji yang diperoleh dari melakukan pekerjaan untuk orang lain dan mendapatkan imbalan. Kekayaan sendiri yang didapat dari selisih antara nilai total produksi dengan biaya pengeluaran, serta berasal dari sumber lain yang diperoleh dari bantuan dari pemerintah, bunga bank serta laba usaha.

Artaman (2006) mengutip Kasmir (2006), tentang faktor yang menentukan pendapatan pengusaha antara lain; modal, minat pelaku usaha, waktu, keuntungan, pengalaman, tenaga kerja, lingkungan sekitar dan pendidikan.

Studi Kelayakan Finansial

Menurut Suhardi & Subari (2020), studi kelayakan bisnis adalah metode dengan berbagai aspek penilaian untuk mengetahui usaha dengan tujuan menjaga keuntungan yang diperoleh serta mengetahui usaha di masa mendatang (Kusuma, 2012). Selain itu, menghindari adanya resiko yang akan terjadi dimasa lalu dan meminimalisir resiko dimasa mendatang agar modal usaha lebih optimal baik saat produksi rutin ataupun tidak rutin (Purba, Yusri & Yulida, 2010).

Penilaian kelayakan usaha dilihat dari aspek keuangan yang berdasarkan beberapa kriteria tergantung kebutuhan dan metode. Dengan tujuan menilai usaha dapat berkembang dan mengikuti perkembangan zaman dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan. Menurut Handjojo, Syarif, & Sugiyono (2017) kriteria analisis kelayakan yang digunakan adalah NPV, IRR, Net B/C, dan PP serta kriteria investasi meliputi *cash flow* dan laporan laba rugi perusahaan.

1. NPV (*Net Present Value*) adalah keuntungan bersih yang diperoleh dari selisih penerimaan dengan pengeluaran sekarang.
2. IRR (*Internal Rate of Return*) adalah tingkat suku bunga yang menunjukkan NPV sekarang sama dengan seluruh investasi.
3. Net B/C Ratio adalah perbandingan antara net benefit positif dengan net benefit negatif.
4. PP (*Payback Period*) adalah jangka waktu yang dibutuhkan pelaku usaha untuk pengembalian modal yang telah diinvestasi (Pahlevi, Zakaria & Kalsum, 2014).

Strategi Pemasaran

Menurut Wibowo dkk. (2015), mengutip Chandra (2002), strategi pemasaran adalah suatu rencana atau tindakan yang memberi dampak dalam berbagai aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk dipasar sasaran tertentu antara lain harga, promosi, menentukan saluran distribusi dan sebagainya. Tujuan pemasaran untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang menjadi sasaran (Said dkk., 2019). Namun, dalam menentukan strategi pemasaran diharapkan perusahaan sudah dapat melihat kondisi pasar

dan mengetahui posisi pasar (Septrizola & Rasyad, 2020). Dalam memenangkan persaingan, perusahaan dapat menyusun strategi *segmenting, targeting, positioning* dengan tepat agar dapat merumuskan strategi bauran pemasaran.

1. *Segmenting* (Segmentasi pasar) adalah kegiatan menempatkan konsumen dalam kelompok pembeli berdasarkan beberapa segmen berbeda yang meliputi aspek geografis, demografis, dan psikografis.
2. *Targeting* (Penetapan pasar) merupakan kegiatan yang menilai serta memilih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan
3. *Positioning* (Posisi pasar) merupakan kegiatan yang menempatkan produk untuk bersaing dan menetapkan bauran pemasaran dengan rinci (Wijaya & Sirine, 2016).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Hastinawati & Rum (2012), pada Agroindustri kerupuk udang memperoleh penerimaan dari jumlah produk dikali harga jual diperoleh Rp 1.768.000 dan pendapatan sebesar Rp 531.742/produksi yang diperoleh dari penerimaan dengan total biaya. Penelitian yang dilakukan oleh Syafar & Lamusa (2015), tentang usaha abon ikan "ALTHAF FOOD", penerimaan sebesar Rp 6.000.000 dari jumlah produk dikali dengan harga/unit dan pendapatan yang diterima Rp 1.638.612 diperoleh dari biaya pengeluaran dikurangi biaya total.

Penelitian tentang studi kelayakan finansial yang dilakukan oleh Pahlevi et.al (2014), pada Agroindustri kopi luwak di Kecamatan Balik bukit Kabupaten Lampung barat menggunakan alat analisis *NPV, IRR, Net B/C Ratio, Gross B/C ratio* dan *payback period*. Hammad Akram & Tinaprilla (2020), dalam penelitiannya menggunakan alat analisis yaitu *NPV, IRR, Net B/C Ratio, PP* dan analisis *Switching value*. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Ikhwan dkk. (2019), menggunakan alat analisis yakni *NPV, Net B/C Ratio, IRR*.

Penelitian tentang Strategi Pemasaran menggunakan *Segmenting, Targeting, Positioning* yang dilakukan oleh Wijaya & Sirine (2016), pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap pada segmentasi yang dituju kelas sosial menengah ke bawah. Target pasar segmen tunggal karena perusahaan sudah mengerti kebutuhan pelanggan. Pada posisi pasar menempatkan pada kelas menengah ke bawah dengan kualitas yang tinggi. Penelitian yang sejenis dilakukan oleh Wibowo dkk. (2015), pada UMKM Batik Diajang Solo dengan segmentasi lebih difokuskan pada konsumen dengan usia 16 sampai 30 tahun. Target berupa konsumen batik seragam, sedangkan posisi pasar fokus pada produk batik terutama pada batik seragam memberikan kualitas produk yang baik.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di UD. Abiyon Jaya yang berada di Jl. Jokotole Dusun Timur Pasar Rt 01/Rw 05 Desa Socah Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Penentuan lokasi dan responden dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan beberapa pertimbangan (i) bahwa Kecamatan Socah merupakan sentra produksi penghasil kerupuk ikan atau kerupuk udang. (ii) UD. Abiyon Jaya memiliki keunikan tersendiri dibandingkan industri kerupuk lainnya yang sudah terkenal yaitu kerupuk terung dan kerupuk teripang karena menggunakan jenis ikan laosan merah, ikan kakap merah dan ikan payus dalam pengolahannya. Jenis data penelitian yang digunakan berupa data primer dan

data sekunder. Data primer yang diperoleh secara langsung dari studi lapang melalui observasi dan wawancara pemilik UD. Abiyon Jaya dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan, sedangkan data sekunder yang digunakan diperoleh dari studi pustaka sebelumnya yang relevan berupa artikel, jurnal, lembaga yang terkait dengan penelitian seperti Badan Pusat Statistik (BPS). Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2020.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang terdiri dari analisis penerimaan dan pendapatan serta penilaian kelayakan investasi seperti *net present value*, *B/C ratio*, *internal rate of return*, *payback period* yang didasarkan pada aliran kas (*cash flow*). Menurut Durri dkk. (2016), mengutip Sucipto (2011), aliran kas (*cash flow*) adalah aliran kas perusahaan dalam periode tertentu. Aliran kas bersih adalah aliran kas masuk dikurangi dengan aliran kas keluar (Firdaus, 2017). Analisis kualitatif dengan menganalisis *segmenting*, *targeting* dan *positioning*.

1. Analisis pendapatan dapat dirumuskan dalam persamaan (1) sebagai berikut:
Pendapatan = TR - TC

Keterangan :

TR merupakan total Penerimaan yang diperoleh dari P x Q, dimana P adalah harga produk dan Q adalah total produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu. TC merupakan total biaya yang diperoleh dari biaya tetap ditambah biaya variabel pada pengolahan kerupuk di UD. Abiyon Jaya.

2. Analisis kelayakan bisnis aspek finansial dapat dirumuskan dalam persamaan (2) sampai (5) sebagai berikut:

- a. Menurut Ruminta (2020) mengutip Karim (2011), *Net Present Value* adalah suatu penilaian dalam penanaman modal suatu usaha dengan *present value* aliran kas bersih (*proceeds*) yang diperoleh dari EAT (laba setelah pajak) ditambah penyusutan yang telah diperhitungkan dengan nilai sekarang *capital outlay* (pengeluaran kas pertama kali untuk investasi). NPV (*Net Present Value*) dapat dilihat pada persamaan (2) sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

NPV : Manfaat bersih

B_t : Manfaat pada tahun ke-t

C_t : Biaya pada tahun ke-t

i : Tingkat suku bunga yang digunakan sebesar 10% didasarkan dari ketentuan Bank Indonesia (BI) dalam meminimalisasi supaya tetap stabil dan konstan (Sopiyan, A, 2012).

n : Umur usaha kerupuk ikan UD. Abiyon Jaya (5 Tahun)

t : Tahun ke-t

Perhitungan NPV dapat juga sebagai berikut :

$$NPV = \sum PV \text{ Proceed} - \sum PV \text{ Outlays}$$

Pv Proceed (nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih) = PV berjalan ((EAT (laba setelah pajak) + Penyusutan Investasi) x Discount Factor)

PV Outlays (biaya pengeluaran investasi) = Total Investasi (Kholil, Muhammad dan ramadhani, 2017).

Kriteria kelayakan NPV yaitu :

NPV > 0, Usaha yang dijalankan layak/ menguntungkan

NPV = 0, Usaha yang dijalankan berada di titik impas

NPV < 0, Usaha yang dijalankan tidak layak/ merugikan

- b. Net B/C Ratio dapat dituliskan pada persamaan (3) sebagai berikut:

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Pendapatan Kotor}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Kriteria kelayakan Net B/C Ratio yaitu :

B/C Ratio > 0, Usaha yang dijalankan layak/ menguntungkan

B/C Ratio = 0, Usaha yang dijalankan berada di titik impas

B/C Ratio < 0, Usaha yang dijalankan tidak layak/ merugikan

- c. IRR (Internal Rate of Return) dapat dirumuskan pada persamaan (4) sebagai berikut:

$$IRR = 1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

i_1 : Tingkat bunga yang menghasilkan NPV positif

i_2 : Tingkat bunga yang menghasilkan NPV negative

Kriteria kelayakan IRR yaitu :

IRR > discount rate, Usaha yang dijalankan layak/ menguntungkan

IRR = discount rate, Usaha yang dijalankan berada di titik impas

IRR < discount rate, Usaha yang dijalankan tidak layak/ merugikan

- d. PP (Payback Period) dapat dilihat pada persamaan (5) sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Kas Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Menurut Purnatiyo (2011) mengutip Sutrisno (2009), kriteria kelayakan payback period yaitu :

Jika *Payback Period* lebih kecil dibandingkan target pengembalian investasi maka dikatakan layak.

Jika *Payback Period* lebih besar dibandingkan target pengembalian investasi maka dikatakan tidak layak.

3. Analisis *Segmenting, Targetting* dan *Positioning* dirumuskan sebagai berikut:

- a. Segmentasi pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar merupakan suatu proses dalam pengelompokan konsumen kedalam kelompok yang memiliki karakteristik sama yaitu makanan ringan jenis kerupuk. Terdapat tiga jenis aspek yang digunakan antara lain:

1) Aspek geografis dilakukan dalam membagi pasar berdasarkan lokasi konsumen atau daerah penjualan UD. Abiyon Jaya yaitu lokasi kota dan desa, lokasi Madura dan luar Madura.

2) Aspek demografis dilakukan dalam pengelompokan pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, suku, agama, pendidikan serta pekerjaan.

3) Aspek psikografis dilakukan untuk membagi pasar berdasarkan sikap, kepribadian serta gaya hidup.

b. Penetapan pasar (*Targeting*)

Penetapan pasar merupakan proses dalam memilih satu atau beberapa segmen pasar sesuai kebutuhan konsumen yang menjadi target UD. Abiyon Jaya antara lain mempertimbangkan sumber daya, tahapan produk dalam daur hidup dan strategi menghadapi pesaing.

c. Posisi pasar (*Positioning*)

Posisi pasar merupakan strategi utama dalam meningkatkan kekuatan pasar dibandingkan dengan produk pesaing dengan menggunakan berbagai strategi antara lain *positioning* menurut harga dan kualitas dari produk yang dihasilkan oleh UD. Abiyon Jaya, menurut pesaing dengan mempromosikan produk lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penerimaan dan Pendapatan UD. Abiyon Jaya

UD. Abiyon Jaya merupakan usaha kerupuk ikan yang berada di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan sejak tahun 2015 yang mengalami proses perkembangan pada tahun 2017 dikarenakan adanya surat izin usaha sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 98 tahun 2014 tentang perizinan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dapat memberi manfaat bagi UMKM antara lain legalitas usaha, kemudahan dalam memperoleh modal serta mendapatkan peluang untuk mendapatkan bantuan pemberdayaan dari pemerintah (Kusmanto & Warjio, 2019). Analisis biaya tetap, biaya variabel dan biaya total UD. Abiyon Jaya dalam kurun waktu lima tahun terakhir disajikan pada tabel 1.

Berdasarkan tabel 1, biaya tetap merupakan biaya yang tidak akan berubah meskipun dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah produksi namun, terdapat umur ekonomis serta penyusutan pada setiap alat yang digunakan. Umur ekonomis merupakan perkiraan usia aktiva dalam suatu periode, sedangkan nilai penyusutan diperoleh dari jumlah unit dikali harga dan dibagi oleh umur ekonomis (Elfiana, 2017). Biaya tetap yang dikeluarkan UD. Abiyon Jaya berupa penyusutan peralatan dari tahun 2016-2020 sebesar Rp 2.811.150. Biaya variabel merupakan pengeluaran biaya yang bergantung pada jumlah produksi. Biaya variabel pada UD. Abiyon Jaya dari tahun 2016-2020 seringkali mengalami fluktuasi harga tergantung pada ketersediaan bahan baku ikan dan input lain seperti tepung tapioka, gula, bawang putih, minyak goreng dan lain lain dengan total biaya variabel selama lima tahun sebesar Rp 61.713.000. Biaya total diperoleh dari biaya tetap ditambah biaya variabel. Biaya total yang dikeluarkan UD. Abiyon Jaya dari tahun 2016-2019 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat adanya wabah Covid-19 yang berdampak pada usaha tersebut. Biaya total yang telah dikeluarkan selama lima tahun sebesar Rp 75.768.750. Penerimaan yang diterima UD. Abiyon Jaya dalam waktu lima tahun dapat dilihat pada tabel 2.

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahu harga produk UD. Abiyon Jaya tidak mengalami kenaikan maupun penurunan harga, sedangkan jumlah produk yang terjual selalu meningkat dari tahun 2016-2020 dan mengalami penurunan pada tahun 2020 dengan total produk yang terjual sebanyak 9680 bungkus. Penerimaan yang diterima mengikuti jumlah produk yang terjual sehingga mengalami peningkatan setiap tahunnya kecuali pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan

penjualan produk terbatas akibat penerapan PSBB pada wilayah pemasaran. Total penerimaan selama lima tahun sebesar Rp 96.800.000. Pendapatan yang diterima UD. Abiyon Jaya dalam kurun waktu lima tahun dapat dilihat pada tabel 3.

Berdasarkan tabel 3 diatas,pendapatan yang diterima oleh UD. Abiyon Jaya dari tahun 2016-2020 mengalami peningkatan serta pada tahun 2020 pendapatan yang diperoleh mengalami penurunan dengan total pendapatan yang diterima selama lima tahun sebesar Rp 21.031.250. Kas bersih yang diperoleh UD. Abiyon Jayadiperoleh dari penjumlahan antara laba bersih (EAT) dengan total biaya penyusutan, berikut kas bersih yang diperoleh selama lima tahun dapat dilihat pada tabel 4.

Berdasarkan tabel 4, disimpulkan bahwa laba bersih (EAT) dan kas bersih yang diterima dari tahun 2016-2019 mengalami peningkatan kecuali tahun 2020 yang mengalami penurunan. Biaya penyusutan dari tahun 2016-2020tetap sama yaitu sebesar Rp 2.811.150 dengan total kas bersih yang diperoleh sebesar Rp 32.983.875.

Tabel 1
Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Total pada UD. Abiyon Jaya Tahun 2016-2020 (Per Tahun)

| Tahun | Biaya Tetap | Biaya Variabel | Biaya Total |
|-------|-------------|----------------|-------------|
| 2016 | 2,811.150 | 11,232.000 | 14,043.150 |
| 2017 | 2,811.150 | 12,162.000 | 14,973.150 |
| 2018 | 2,811.150 | 12,747.000 | 15,558.150 |
| 2019 | 2,811.150 | 13,470.000 | 16,281.150 |
| 2020 | 2,811.150 | 12,102.000 | 14,913.150 |
| Total | | 61,713.000 | 75,768.750 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 2
Penerimaan UD. Abiyon Jaya Tahun 2016-2020 (Per Tahun)

| Tahun | Jumlah | Harga | Penerimaan |
|-------|--------|--------|------------|
| 2016 | 1800 | 10.000 | 18,000.000 |
| 2017 | 1900 | 10.000 | 19,000.000 |
| 2018 | 2000 | 10.000 | 20,000.000 |
| 2019 | 2100 | 10.000 | 21,000.000 |
| 2020 | 1880 | 10.000 | 18,800.000 |
| Total | 9680 | | 96,800.000 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 3
Pendapatan UD. Abiyon Jaya Tahun 2016-2020 (Per Tahun)

| Tahun | Penerimaan | Biaya Total | Pendapatan |
|-------|------------|-------------|------------|
| 2016 | 18,000.000 | 14,043.150 | 3,956.850 |
| 2017 | 19,000.000 | 14,973.150 | 4,026.850 |
| 2018 | 20,000.000 | 15,558.150 | 4,441.850 |
| 2019 | 21,000.000 | 16,281.150 | 4,718.850 |
| 2020 | 18,800.000 | 14,913.150 | 3,886.850 |
| Total | | | 21,031.250 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Analisis Kelayakan Usaha

Net Present Value (NPV)

Perhitungan *Net Present Value* pada UD. Abiyon Jaya diketahui dari total PV kas bersih sebesar Rp 24.965.395 dikurangi dengan biaya investasi sebesar Rp 24.505.000 sehingga akan diperoleh nilai NPV sebesar Rp 460.395 yang berarti keuntungan diterima oleh UD. Abiyon Jaya selama lima tahun dapat dinyatakan layak karena nilai $NPV > 0$. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hammad Akram & Tinaprilla (2020), bahwa nilai kriteria $NPV > 0$ dikatakan layak untuk dikembangkan.

Net B/C Ratio

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pendapatan UD. Abiyon Jaya selama lima tahun sebesar Rp 21.031.250 serta total biaya yang dikeluarkan yakni Rp 75.768.750, maka diperoleh nilai Net B/C Ratio sebesar 0,28 yang artinya setiap biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 100,- maka memperoleh keuntungan sebesar Rp 28. Berdasarkan kriteria kelayakan nilai B/C Ratio > 0 dikatakan layak, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Sajari, Elfiana (2017), yang menyatakan bahwa nilai B/C Ratio > 0 dikatakan layak untuk dijalankan serta setiap biaya dikeluarkan sebesar Rp 100,- maka keuntungan didapat sebesar nilai B/C Ratio.

Internal Rate of Return (IRR)

Perhitungan nilai IRR ditunjukkan dengan nilai NPV positif berada pada tingkat suku bunga 10% dengan total PV kas bersih sebesar Rp 460.395, sedangkan NPV negatif berada pada tingkat suku bunga 11% dengan total PV kas bersih sebesar Rp -168.912 sehingga menghasilkan nilai IRR sebesar 10,73% $>$ tingkat suku bunga 10%. Hal ini sesuai dengan kriteria kelayakan usaha IRR yang menunjukkan bahwa usaha kerupuk ikan UD. Abiyon Jaya layak untuk dijalankan karena dapat melakukan pengembalian modal terhadap investasi yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2012), yang menyatakan bahwa nilai IRR melebihi tingkat suku bunga yang berlaku maka usaha yang dijalankan layak.

Payback Period (PP)

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai payback period yang diperoleh UD. Abiyon Jaya yaitu 3 tahun 8 bulan. Berdasarkan kriteria kelayakan maka usaha kerupuk ikan UD. Abiyon Jaya dikatakan layak karena nilai *payback period* lebih kecil daripada umur ekonomis usahanya yakni lima tahun. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria dkk. (2013), yang menyatakan bahwa pengembalian investasi lebih cepat daripada umur ekonomis maka dapat dikatakan layak.

Analisis Strategi Pemasaran

Produk UD. Abiyon Jaya dibagi atas beberapa *segmenting* antara lain berdasarkan aspek geografis yang didasarkan oleh lokasi konsumen yang tidak semua wilayah menjadi daerah penjualan dan hanya mencakup wilayah Kamal, Socah dan Bangkalan karena segmen pasar yang cukup besar dan dapat dijangkau dan dilayani secara efektif. Aspek demografis untuk produk UD. Abiyon Jaya sesuai untuk kalangan dewasa hingga orang tua dikarenakan konsumen lebih memperhatikan rasa dan harga, serta juga dapat dikonsumsi laki laki maupun

perempuan dan tidak ada batasan penghasilan, pekerjaan, pendidikan dan agama. Aspek psikografis ditunjukkan kepada konsumen menengah ke bawah karena jumlah masyarakat lebih besar daripada kelas menengah ke atas yang menjadikan sebuah peluang pasar serta perusahaan menganggap bahwa segmen kelas menengah ke atas sudah dimasuki oleh perusahaan kerupuk ikan yang sudah terkenal di wilayah Socah.

Berdasarkan strategi *segmenting* UD. Abiyon Jaya telah memilih lebih dari satu aspek segmentasi sebagai target pasar yang berdasarkan domisili, usia, jenis kelamin, gaya hidup dan kebiasaan sedangkan untuk pendapatan, pekerjaan, pendidikan dan agama belum ditargetkan secara mendetail. Target pemasaran yang ingin dituju oleh UD. Abiyon Jaya adalah memasarkan produk ke wilayah Madura dan luar Madura, namun terdapat hambatan yakni tingginya permintaan yang membuat ongkos kirim menekan biaya serta tidak adanya kehalalan produk mengakibatkan konsumen kurang puas terhadap produk yang dijual.

UD. Abiyon Jaya memposisikan sebagai kerupuk yang memiliki rasa khas dengan harga terjangkau serta menjaga kualitas dan mutu yang tidak akan berubah, sehingga konsumen dapat membedakan antara produk UD. Abiyon Jaya dengan produk lain. UD. Abiyon Jaya memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dari jenis kerupuk ikan yang sudah terkenal dikalangan masyarakat Kabupaten Bangkalan khususnya wilayah Socah yaitu menggunakan tiga jenis ikan sebagai bahan baku utama yaitu ikan payus, ikan laosan merah dan ikan kakap merah yang menjadi daya tarik tersendiri. UD. Abiyon Jaya dalam segi pengemasan sudah terdapat label dengan warna biru yang terdiri dari nama merk "Liyosin", logo produk, berat produk, komposisi, masa kadaluwarsa, nomor PIRT, diproduksi oleh dan alamat produksi. Selain itu, sudah mempunyai surat izin usaha sebagai salah satu strategi dalam menyakinkan pelanggan serta memperluas pangsa pasar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerupuk ikan UD. Abiyon Jaya layak untuk dijalankan dengan memperoleh nilai NPV (*Net Present Value*) selama lima tahun sebesar Rp 460.395, nilai B/C Ratio sebesar 0.28, nilai IRR (*Internal Rate of Return*) sebesar 10,73% dan nilai *payback period* selama 3 tahun 8 bulan. Analisis strategi pemasaran pada UD. Abiyon Jaya meliputi segmentasi dengan menggunakan beberapa aspek dasar seperti geografis, demografis dan psikografis. Target pemasaran UD. Abiyon Jaya mencakup seluruh segmen pasar yang berada di wilayah Madura dan luar wilayah Madura, namun belum tercapai karena terdapat hambatan dalam memasarkan produk. UD. Abiyon Jaya memposisikan sebagai kerupuk ikan dengancita rasa yang khas dan harga terjangkau serta menjaga kualitas dan mutu, selain itu sudah memiliki surat izin usaha serta mengandung tiga campuran ikan menjadikannya keunikan tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Artaman, D. M. A. (2006). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 02, 87-105.

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia. Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2019. Badan Pusat Statistik (Vol. 1).*
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Bangkalan 2020. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.*
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan. (2015). *Statistik Daerah Kecamatan Socah. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.*
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan. (2015). *Kabupaten BANGKALAN DALAM ANGKA Bangkalan Regency in Figures. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.*
- Durri, A., Saifi, M., & Azizah, D. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Dalam Rangka Rencana Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada PO. Zena Pariwisata Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2), 174-180.
- Firdaus, M. (2017). *Manajemen Agribisnis*. (F. Yustianti, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Fitria, M., Affandi, M. I., & Nugraha, A. (2013). Analisis Finansial Dan Sensitivitas Agroindustri Emping Melinjo Skala Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 1(2), 174-180. Retrieved from <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/245>.
- Hammad Akram, & Tinaprilla, N. (2020). Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Pengolahan Kerupuk Ikan Lele Clipss Catfish Chips Di Kota Bogor. *Forum Agribisnis*, 10(2), 95-105. <https://doi.org/10.29244/fagb.10.2.95-105>.
- Handjojo, E. S., Syarief, R., & Sugiyono, -. (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (*Vernonia amygdalina*). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 145-150. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.145-150>.
- Hastinawati, I., & Rum, M. (2012). Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang Di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. *Agriekonomika*, 1(April), 15-24.
- Ibnu Sajari, Elfiana, M. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pada UD. Mawar Di Gampong Batee IE Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S.Pertanian*, 1(2), 116-124.
- Ikhwan, M., Agusliani, E., & Sofia, L. A. (2019). Diversification Of Processed Fish Product : Financial Feasibility Crackers Processing Of Snakehead (*Channa Striata*). *IOSR Journal of Environmental Science, Toxicology and Food Technology (IOSR-JESTFT)*, 13(2), 25-29. <https://doi.org/10.9790/2402-1302022529>.
- Investment Kabupaten Bangkalan. (2018). *Potensi Unggulan Kab. Bangkalan.*

- Kholil, Muhammad dan ramadhani, R. A. (2017). Analisis Kelayakan Investasi Workshop Pembuatan Spare Parts Mesin Industri Dengan Menggunakan Metode Kriteria Investasi. *Journal of Industrial Engineering and Management System*, 8(9), 1-58.
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>.
- 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.
- Lahandu, S. A., Antara, M., & Muis, A. (2016). Analisis Pendapatan Usahatani Jagung Di Desa Labuan Toposo Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. *E-Jurnal Agrotekbis*, 4(5), 604-611.
- Nurlaila, H. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72-86.
- Pahlevi, R., Zakaria, W. A., & Kalsum, U. (2014). Analisis Kelayakan Usaha agroindustri Kopi Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 2(1), 48-55.
- Purba, Y., Yusri, J., & Yulida, R. (2010). Analisis Kelayakan Finansial Agroindustri Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Indonesian Journal of Agricultural (IJAE)*, 2, 97-119.
- Purnatiyo, D. (2011). Analisis Kelayakan Investasi Alat Dna Real Time Thermal Cyler (Rt-Pcr) Untuk Pengujian Gelatin. *Jurnal PASTI*, VIII(1), 6-14. <https://doi.org/10.3109/9780203997352.224>.
- Ruminta, D. (2020). Analisis Perbandingan Perhitungan Kelayakan Finansial Konvensional dan Syariah Darkiman. *INVENTORY : Jurnal Akuntansi*, 4(2), 166-174.
- Said, Miah dan Saleh, M. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. (Sobirin, Ed.) (1st ed.). Makassar: CV Sah Media.
- Septtrizola, W., & Rasyad, F. H. S. (2020). Improving the Marketing Strategy MSMEs of Cassava Crackers in Muaro Paneh Village Bukit Sundi District Solok Regency. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 152, 618-621. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201126.069>.
- Sopiyan, A, R. (2012). Kalkulasi investasi pembangunan wisata air di Palembang. *Eksistensi*, IV(1), 452-463.
- Suhardi, & Subari, S. (2020). Analisis Usaha dan Nilai Tambah Kopi Cabe Jamu di Kabupaten Sumenep (Studi Kasus CV. Alifa Jaya, Kecamatan Bluto). *Agiscience*, 1(1), 200-218.

-
- Syafar, M. N., & Lamusa, A. (2015). Analisis Pendapatan Usaha Abon Ikan Tenggiri Pada Industri Rumah Tangga “Althaf Food” di Kota Palu. *E-Journal Agrotekbis*, 3(2), 255–260.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>.
- Zulfahmi, Nova A., Fronthea, Swastawati., R. (2015). Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan. *Jurnal Pengolahan Dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, 3(4), 25–32.