

Feasibility Study Analysis of Chicken Bakulan Business in Narogong, Bekasi **Analisis Studi Kelayakan Usaha Bakulan Ayam Di Narogong, Bekasi**

Quratul Aini Nabila¹, IrvanF.COentoeng²

^{1,2}Prodi Manajemen, STIE Tri Bhakti, Jl. Teuku Umar, Cut Mutia No.24, Kota Bekasi
Email: irvan.oentoeng@stietribhakti.ac.id

Masuk tanggal: 20-11-2023, revisi tanggal: 10-01-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal: 25-02-2024

ABSTRACT

This study aims to assess the feasibility of opening a second branch by Bakulan Ayam in Narogong, Bekasi City. In order to determine the feasibility of a business, an analysis is carried out using 4 aspects including: Operational Aspects, Financial Aspects, Human Resources Aspects and Marketing Aspects. In the operational and human resource management aspects, Bakulan Ayam has met the requirements that have been set. So in the financial aspect using the method of net present value, payback period and profitability index. In the research, the Net Present Value is 683,626.260, the Payback Period is less than 1 year, which is 3 months and the Profitability Index is 14,528. Based on the results of the analysis of the Marketing Aspects, Human Resource Management Aspects, Operational Aspects and Financial Aspects, the opening of the 2nd branch of Bakulan Ayam in Narogong, Bekasi City was declared eligible to run.

Keywords: *Business Feasibility Study, Chicken Bakulan, Net Present Value, Payback Period, Profitability Index.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan usaha pembukaan cabang ke 2 oleh Bakulan Ayam di Narogong Kota Bekasi. Agar mengetahui kelayakan sebuah usaha maka dilakukan analisis menggunakan 4 aspek diantaranya yaitu: Aspek Operasional, Aspek Keuangan, Aspek Sumber Daya Manusia dan Aspek Pemasaran. Pada aspek operasional dan manajemen sumber daya manusia Bakulan Ayam telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Maka pada aspek keuangan menggunakan metode net present value, payback periode dan profitability Index. Pada penelitian Net Present Value 683.626.260, Payback Periode selama kurang dari 1 tahun yaitu 3 bulan dan Profitability Index 14,528. Berdasarkan hasil analisis terhadap Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, Aspek Operasional dan Aspek Keuangan maka pembukaan cabang ke 2 Bakulan Ayam di Narogong, Kota Bekasi dinyatakan Layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Studi Kelayakan Bisnis, Net Present Value, Payback Periode, Profitability Index*

Pendahuluan

Berbagai macam usaha dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari. Berwirausaha bisa menjadi peluang untuk memiliki kehidupan yang lebih baik dan siapa saja bisa melakukannya. Di zaman sekarang ini, jika seseorang mampu melihat peluang untuk berwirausaha, maka orang tersebut bisa sukses karena usaha yang digelutinya. Mengingat semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Saat ini, kita dituntut untuk tumbuh, berkembang dan berhasil sebagai wirausahawan memerlukan kemampuan untuk mengembangkan bisnis. Pengembangan bisnis itu sendiri biasanya terdiri dari serangkaian tugas dan proses yang ditujukan untuk mengembangkan dan menerapkan peluang pertumbuhan. Namun, pada kenyataannya, memulai bisnis atau memulai dari nol sangatlah sulit.

Usaha ayam broiler merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki potensi yang menghasilkan pangan asal ternak dan memiliki nilai ekonomi yang potensial. Permintaan ayam broiler dalam negeri masih sangat tinggi, sehingga beberapa faktor yang mendukung usaha ayam broiler dapat terus dikembangkan. Sektor unggas telah menunjukkan pertumbuhan yang kuat pada tingkat 8- 10% per tahun, yang mencerminkan potensi yang ada di dalamnya. Noonari (2015).

Dapat kita lihat dari segi banyaknya daerah di Indonesia yang berpotensi untuk dijadikan lokasi pengembangan usaha ayam broiler. Hal seperti ini dapat terlihat dari banyaknya daerah di Indonesia yang memiliki kapasitas keuntungan untuk dijadikan lokasi pengembangan usaha ayam broiler. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia, maka tingkat konsumsi ayam broiler akan meningkat. Berikut merupakan data jumlah konsumsi ayam broiler perkapita penduduk Indonesia:



Gambar 2.1 Konsumsi Ayam Broiler Perkapita Penduduk Indonesia
Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan grafik diatas bahwa Konsumsi ayam broiler perkapita atau bisa dibilang pertahun masyarakat Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun 2016 sebesar 3,65 kg hingga pada tahun 2020 sebesar 5,68 kg perkapita meningkat 11,2% jika dibandingkan tahun sebelumnya. Semakin banyak usaha kuliner yang berbahan dasar ayam, dari usaha kuliner warung pinggir jalan, restaurant hingga dipusat perbelanjaan yang membuat konsumsi ayam broiler terus mengalami trend kenaikan konsumsi ayam broiler sepanjang tahun 2016 – 2020 seperti grafik diatas.

Perkembangan usaha ayam broiler akan berhasil apabila seorang wirausaha mampu mengelola usaha tersebut dengan baik. Hal seperti ini membutuhkan sistem pengelolaan kemampuan dengan manajemen yang baik. Seperti mulai dari manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia sampai manajemen pemasaran. Perekonomian Indonesia yang saat ini tidak aman berdampak pada meningkatnya jumlah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, baik yang diberhentikan maupun yang belum mendapatkan pekerjaan. Pada situasi seperti ini, pemerintah dituntut untuk mengambil langkah-langkah bijak dan solusi yang cepat dan rasional untuk mengatasi berbagai pengangguran dan mengurangi kemiskinan.

Salah satu elemen terpenting dalam perekonomian nasional di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu landasan agar menjadi suatu penggerak dari sistem ekonomi Indonesia. Pada saat krisis ekonomi, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu bertahan karena perusahaan yang beroperasi di sektor riil tidak terlalu terpengaruh dibandingkan dengan sektor keuangan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sendiri juga memiliki peran penting dalam membantu program pemerintah yaitu seperti menciptakan lapangan pekerjaan yang telah dirubah kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembalian atau pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut. Hal ini sekaligus mengurangi angka pengangguran dan banyak juga unit usaha baru yang memanfaatkan tenaga kerja baru untuk menunjang pendapatan keluarga sekaligus mengurangi tingkat kemiskinan karena kehadiran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Narogong yaitu Bakulan Ayam yang menyediakan Ayam potong (broiler), Ayam ungkep, Ati ampela, Ceker, Kepala, Sayap, Paha upin ipin, Dan Usus.

Kajian Teori

Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Sobana (2021) Pengertian studi kelayakan bisnis apabila ditinjau dari susunan katanya yang dimaksud yaitu :

1. Studi: merupakan penelitian sehingga mempunyai unsur–unsure data, sumber data, etika, metode dan analisis serta adanya hasil pelaporan.
2. Kelayakan: memiliki arti katamenguntungkan atau manfaat lebih besar dari biaya.
3. Bisnis atau usaha: merupakan kegiatan atau usaha untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan motivasi utamanya adalah profit.

Melihat pengertian dari masing–masing suku kata di atas maka pengertian studi kelayakan bisnis dapat diartikan secara sederhana sebagai: Suatu penelitian terhadap rencana agar bisnis yang dijalankan tidak hanya mengobservasi layak atau tidaknya sebuah bisnis di bangun, namun juga pada saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, yang menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis adalah pengkajian mengenai usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atas tidaknya mengenai target. Bagaimana dengan pengertian studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang layak tidaknya suatu proyek dibangun untuk jangka waktu tertentu. Kegiatan bersifat sementara, dengan budget tertentu dengan limitasi waktu tertentu.

Dalam melakukan bisnis terdapat beberapa hal penting yang harus diperhatikan yaitu :

- a. Tujuan kelayakan usaha. Pihak yang berkepentingan yaitu pemilik perusahaan, investor atau pemberi dana, masyarakat dan pemerintah

- b. Perlunya mengetahui aspek-aspek mengenai kelayakan usaha yaitu aspek sumber daya manusia, produksi, pemasaran, teknis, keuangan, pemanfaatan barang, kesempatan kerja, manajemen, lingkungan, sosial, ekonomi dan politik.

Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis adalah untuk menghindari investasi penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Menurut Kasmir (2015), studi kelayakan bisnis atau usaha adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak tidaknya usaha tersebut dijalankan.

Sobana(2021) menyebutkan 5 lima tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis sebagai berikut:

- a. Meminimalkan resiko yang diingikan, baik resiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dapat dikendalikan
- b. Memudahkan perencanaan. Apabila kita sudah dapat memprediksi apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang diperlukan.
- c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan usaha. Pedoman yang telah disusun secara sistematis menyebabkan usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang telah disusun
- d. Memudahkan pengawasan. Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana yang sudah disusun akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini dilakukan agar proyek yang dilaksanakan tidak melenceng dari rencana yang telah disusun
- e. Memudahkan pengendalian. Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, terjadinya akan mudah terdeteksi sehingga dapat dilakukan pengendalian terhadap penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah mengendalikan agar proyek yang dilaksanakan tidak melenceng dari “rel” yang sesungguhnya sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

Aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis :

A) Aspek Pemasaran

Pemasaran mengatur aktivitas organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya. Darmanto (2016). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjajikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Putri (2017). Pemasaran adalah segala kegiatan yang menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Makmur (2015) Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa pemasaran adalah seluruh bentuk kegiatan usaha mulai dari merencanakan penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa kepada konsumen untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan. Agar sebuah bisnis dapat bersaing maka membutuhkan strategi yang tepat. Suatu hal yang perlu diketahui adalah potensi pasar untuk produk yang kita jual seberapa pangsa pasar yang dikuasai oleh pesaing dan yang bisa kita manfaat. Yang ada didalam aspek pasar dan pemasaran yaitu: Marketing Mix. Marketing mix dapat dibagi menjadi 4 bagian yaitu : Product, Price, Place, dan Promotion, atau yang sering disebut dengan istilah 4P. Kotler & Keller (2016).

1. *Product* (Produk): Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk ini mencakup bentuk penawaran secara fisik, packaging, serta pelayanan. Kotler & Keller (2016)
2. *Price* (Harga): Harga adalah elemen yang menentukan profitabilitas maupun

berperan sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Kotler & Keller (2016)

3. *Place* (Lokasi): lokasi dapat diartikan menjadi 3 bagian:

- Sistem transportasi perusahaan, termasuk didalamnya yaitu mengenai pemilihan alat transportasi, jadwal pengiriman, rute.
- Sistem penyimpanan, pada system ini bagian pemasaran harus menentukan letak penyimpanan atau gudang.
- Pemilihan saluran distribusi, mengenai keputusan tentang penyalur seperti: pedagang besar, pengecer, agen, pedagang kecil. Dan bagaimana membangun kerjasama yang baik dengan penyalur tersebut. Kotler & Keller (2016)

4. *Promotion* (Promosi)

Menurut Kotler dan Keller (2016), dapat diartikan bahwa promosi merupakan beberapa cara untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung atau pun tidak langsung tentang produk atau brand yang akan dijual.

Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan internal (strength), kelemahan internal (weakness), kesempatan eksternal (opportunity) serta ancaman eksternal (threats). Instrument ini memberikan cara sederhana memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Winarna (2019).

A) Aspek Operasional

Menurut Ambarwati & Supardi (2020), Manajemen operasional memegang peranan soal isu strategis dalam menentukan rencana produksi (*Manufacturing*) juga metode manajemen proyek serta implementasi struktur jaringan teknologi informasi. Di sisi lain, mereka juga melakukan beberapa hal penting sebagai berikut :

- Mengatur skala inventaris
- Mengatur level proses level pengerjaan
- Meng-organise akuisisi bahan baku
- Mengontrol kualitas
- Meng-handle manajerial
- Menjaga dan merawat kebijakan

Manajemen operasional juga mempelajari bahan baku yang digunakan untuk produksi dan menjamin tidak ada kelebihan yang sia-sia. Mereka telah memiliki formula pemesanan jumlah bahan yang dibutuhkan sehingga sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis atau operasional. Menurut Kasmir & Jakfar (2016) sebagai berikut:

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi penyimpanan, lokasi lapak yang akan dituju.
2. Agar perusahaan dapat membuat layout yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat menciptakan sebuah kenyamanan dan efisiensi tempat.
3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang sesuai dalam menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang tepat untuk digunakan pada usahanya.
5. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan baik sekarang maupun untuk masa yang akan datang.

B) Aspek Manajemen dan SDM

Menurut Hasibuan (2017) Aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat dikategorikan dalam hal-hal sebagai berikut:

1. *Job Analysis* adalah seseorang yang menganalisis jabatan yang diperlukan

- untuk menyelesaikan dan mengatasi pekerjaan tertentu.
2. *Job Specification* adalah seseorang yang menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan pada suatu jabatan.
 3. Membuat struktur organisasi adalah untuk mendesain struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
 4. *Job description* adalah serangkaian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota yang menjabat pekerjaan tertentu.
 5. Mendesain sistem kompensasi adalah menjabarkan struktur pengkajian secara lengkap dan jelas untuk jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
 6. Sistem pengembangan karyawan adalah membuat sebuah pelatihan baik formal maupun non formal untuk mengembangkan skill dan kinerja karyawan.

Perencanaan tenaga kerja merupakan suatu cara untuk menetapkan keperluan mengenai tenaga kerja suatu periode tertentu. Perencanaan ini dimaksudkan agar perusahaan dapat terhindar dari kelangkaan SDM pada saat dibutuhkan maupun kelebihan SDM pada saat kurang. Aspek SDM mencakup produktivitas dari suatu tenaga kerja yang secara umum, mengandung arti sebagai perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input). Produktivitas memiliki 2 dimensi Kasmir & Jakfar (2016), yaitu:

1. Suatu efektivitas yang mengarah kepada pencapaian untuk kerja yang maksimal, yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas, dan waktu.
2. Keefisienan yang berkaitan dengan upaya membandingkan saran agar segera terealisasi penggunaannya

C) Aspek Keuangan

Penilaian dalam aspek financial meliputi hal-hal seperti sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi, pendapatan, biaya investasi, proyeksi neraca, laporan laba rugi, kriteria penilaian investasi dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan. Menurut Kasmir & Jakfar (2016) Alat ukur untuk menentukan kelayakan usaha berdasarkan pada aspek keuangan dapat dilakukan melalui pendekatan keuangan meliputi hal-hal seperti sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode. Hal-hal yang perlu dianalisa sebagai berikut:

a. Aliran kas

Kasmir & Jakfar (2016) mengatakan, *cash flow* bahwa arus kas yang ada di perusahaan dalam suatu periode tertentu. Aliran kas menjelaskan mengenai uang masuk (*Cash In*) dan uang yang keluar (*Cash Out*).

b. Payback periode

Metode ini mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Jika periode *payback periode* ini lebih pendek dari yang di syatkan maka proyek bisnis ini dikatakan menguntungkan, sedangkan kalo lebih lama proyek bisnis ini akan ditolak. Menurut Kasmir & Jakfar (2016) metode *payback periode* adalah teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan.

c. Net Present Value

Net Present Value merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama umur investasi Kasmir & Jakfar (2016). Adapun criteria yang diterima atau tidak diterimanya suatu investasi dapat diukur menggunakan NPV sebagai berikut:

- NPV>0, merupakan proyek yang sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat direalisasikan.
- NPV<0, merupakan proyek yang tidak menghasilkan nilai biaya yang telah dipergunakan. Dengankata lain proyek tersebut tidak menguntungkan dan sebaiknya tidak perlu direalisasikan Rumus *Net Present Value*, yaitu

$$NPV = -I_0 + \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+r)^t}$$

Keterangan:

I_0 =Nilai investasi

A_t =aliran kas netto pada periode t

r=Discount rate

t=jangka waktu proyek investasi

d. *Profitability Index (PI)*

Menurut Kasmir & Jakfar (2016), *Profitability Index (PI)* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus:

$$PI = \frac{\text{Total PV of Proceed}}{\text{Investasi}}$$

Keterangan:

PI=*Profitabilitas Index*

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) Metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode jenis *Mixed Methods* yaitu : kuantitatif dan kualitatif. Merupakan suatu metode penelitian yang memberikan konsep tentang keadaan yang sesungguhnya berdasarkan fakta, kejadian dan data yang sudah ada, maka selanjutnya dapat dianalisis, diproses dan diolah lebih lanjut menggunakan dasar teori yang telah dipelajari dan dijadikan sebagai bahan penelitian dan pembahasan. Maka pada akhirnya akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang akan digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik.

Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner online (*googleform*) dan menyebar secara langsung ke Pelanggan Bakulan Ayam dan diisi sendiri oleh 47 responden tersebut. Untuk mengolah data dan menganalisis hasil data penelitian yang diperoleh dari kuesioner menggunakan data responden atau data olah manual. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi, penelitian menggunakan rumus slovin.. Berikut adalah rincian dari rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{47}{1 + 47(0,05)^2}$$

$$n = \frac{47}{1 + 0,1175}$$

$$n = \frac{47}{1,1175}$$

$$n = 42,058$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 42 responden.

Hasil penelitian dan Diskusi

Aspek Pemasaran

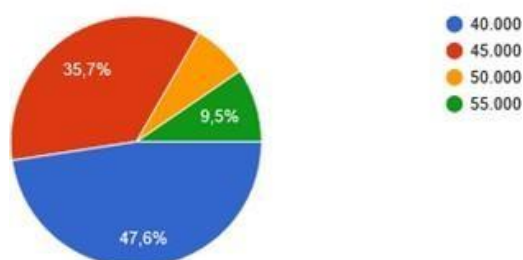
Berdasarkan data hasil penelitian yang ada maka peneliti mengambil sampel minimum yaitu sebanyak 35 responden. Dan yang telah mengisi kuesioner sebanyak 42 orang responden.

Harga Prodak

Pada saat penentuan harga penjualan prodak di Bakulan Ayam. Satuan harga prodak utama dan prodak variasi telah ditentukan atau telah diperhitungkan biayanya secara detail dan terperinci. Perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dalam proses produksi, seperti biaya bahan baku, biaya peralatan & perlengkapan serta biaya tenaga kerja. Didalam biaya pemasaran juga termasuk kedalam elemen biaya yang akan menjadi dasar dalam penentuan harga ayam broiler.

Setelah hasil kuesioner muncul kita perlu melakukan observasi lagi dan meninjau ulang produk yang akan dijual, maka pada saat pengambilan keputusan harga prodak akan berdasarkan pada hasil kuesioner yang telah disebarkan dan setelah kita lakukan observasi bahwa daya beli konsumen paling banyak yaitu diharga Rp. 40.000, yang kedua ada pada harga Rp. 45.000, yang ketiga ada harga Rp. 50.000 dan yang selanjutnya ada diharga Rp. 55.000. berdasarkan pada hasil tersebut Bakulan Ayam memutuskan untuk menerapkan semua harga tersebut kedalam prodaknya hal tersebut juga berdasarkan ukuran ayam dan fluktuasi harga ayam.

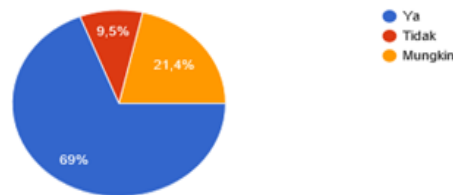
Berdasarkan Harga Beli Konsumen



Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Bahkan pada saat harga ayam mengalami kenaikan pelanggan Bakulan Ayam tetap bersedia untuk membeli ayam broiler.

berdasarkan ketersediaan pelanggan Bakulan Ayam



Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Aspek Operasional

1. Pemilihan Lokasi
2. Penentuan Kapasitas Produksi
3. Penentuan Layout (Tata letak) usaha Bakulan Ayam.

Aspek Sumber Daya Manusia

1. Planning (Perencanaan)
2. Organizing (Pengorganisasian)
3. Staffing (Penyusunan Personalia)
4. Job Description (Deskripsi Jabatan)
5. Controlling (Pengendalian)

Aspek Keuangan Kebutuhan Dana

Dana yang diperlukan oleh Bakulan Ayam yaitu dana tabungan. Dan sumber dana dalam pembukaan cabang ke dua Bakulan Ayam ini merupakan sumber dana modal sendiri tanpa pinjaman dari pihak manapun. Maka sebagai berikut dana yang diperlukan.

A. Perkiraan Break Event Point

Titik yang terjadi pada Bakulan Ayam dapat dilihat dari titik impas pada unit dan juga rupiah. Dengan dihitung menggunakan biaya tetap, biaya variable dan jual.

Pada usaha Bakulan Ayam membutuhkan Investasi Awal 55.300.000:

Total Bersih

- Pada tahun ke1 286.075.000
- Pada tahun ke2 306.120.000
- Pada tahun ke3 347.825.000

Penyelesaian:

Pada tahun ke1 :

286.075.000

=

23.839.583 (1 Bulan Kas Bersih) 12 Bulan Kas Bersih Per 1 Bulan 23.839.583 X
2Bulan = 42.6799.166 (Belum menutup modal investasi/usaha)
PP=23.839.583X 3Bulan =71.518.749

$$PP = ((55.300.000) + 55.300.000 / 71.518.749) = (3 \text{ Bulan})$$

Maka dapat disimpulkan bahwa investasi usaha Bakulan Ayam sudah positif dalam jangka waktu penjualan kurang lebih 3 bulan yang artinya $PP < 3$ Tahun usaha sudah balik modal atau bisnis Layak untuk di jalankan.

Simpulan dan Saran

1). Aspek Pasar

Berdasarkan aspek pasar hasil kuesioner , Bakulan Ayam harga yang ditawarkan sesuai dengan daya belikonsumsi, prodak yang diinginkan juga sesuai keinginan konsumen ayam yang fresh disetiap harinya, lokasiyang strategis. Maka pada aspek pasar Bakulan Ayam dinyatakan Layak untuk menjalankan usahanya.

2). Aspek Operasional

Berdasarkan aspek operasional, pembukaan cabang ke 2 Bakulan Ayam ini dinyatakan Layak karena mampu memenuhi syarat-syarat seperti penyusunan layout ruangan dan kapasitas produksi. Maka pada aspek operasional Bakulan Ayam dinyatakan Layak untuk menjalankan usahanya.

3). Aspek Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia, pembukaan cabang ke 2 Bakulan Ayam ini dinyatakan Layak karena mampu memenuhi syarat-syarat seperti penentuan struktur organisasi, penjabaran deskripsi jabatan dan pemberian gaji karyawan. Maka pada aspek sumber daya manusia Bakulan Ayam dinyatakan Layak untuk menjalankan usahanya.

4). Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan, pembukaan cabang ke 2 Bakulan Ayam Narogong, Bekasi telah dinyatakan Layak berdasarkan :

- Payback Period < 3 tahun, Bahwa investasi usaha Bakulan Ayam sudah positif dalam jangka waktu penjualan kurang lebih 3 bulan yang usaha sudah balik modal atau bisnis Layak untuk dijalankan.
- Net Present Value > 0, Berdasarkan hasil perhitungan nilai NPV menunjukan nilai positif sebesar Rp. 748.117.004. Yang artinya usaha Bakulan Ayam Layak untuk dijalankan.
- Berdasarkan tabel perhitungan diatas nilai PI menunjukan nilai positif sebesar 14,528. $PI > 1$ Maka artinya rencana usaha Layak untuk dijalankan.

Setelah melakukan studi kelayakan usaha maka dapat diambil kesimpulannya mengenai pembukaan cabang baru Bakulan Ayam di Narogong, Bekasi. Apabila ditinjau dari aspek pasar, aspekoperasional, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan usaha Bakulan AyamLayak untuk menjalankan usahanya.

1). Data penjualan diatas yang digunakan hanya berupa asumsi, dengan begitu perusahaan harus merealisasikannya atau bisa untuk digunakan sebagai target penjualan agar keuntungan yang telah dihitung sesuai dengan harapan. Pada aspek manajemen dan opsional Bakulan Ayam harus memenuhi syarat – syarat yang ditentukan supaya terealisasi.

2). Bakulan Ayam yang menjual ayam potong sebaiknya lebih diperhatikan kualitas prodak dan kesegaran ayamnya disetiap harinya agar pelanggan tidak kecewa.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada pihak pihak yang sudah membantu proses penulisan artikel ini khususnya kepada STIE Tri Bhakti

DaftarPustaka

- Adamy, M. (2016). Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Praktik Dan Penelitian.
- Alfa, H. F., Ekowati, T., & Handayani, M. (2016). Analisis Pendapatan Usaha Ayam Broiler di Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Mediagro*, 12(2).
- Ambarwati, R., & Supardi. (2020). Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri. *Umsida Press*.
- Bukunmi, F.R., and H.A. Yusuf. (2015). Analysis of Socio-Economic Factors Influencing Poultry Egg Production among Poultry Farmers in Ondo State, Nigeria. *British Journal of Applied Science & Technology*, 10 (3): 1-7.
- Darmanto dan S. Wardaya. (2016). Manajemen Pemasaran. CV. Budi Utama.Yogyakarta.
- Diana Crusita Rani (2019).Analisis Kelayakan Usaha Café Martabak Mini Fawwaz Di Kota Krawang.
- Fanani,K.,Suryanto,D.,& Dinasari,I.(2021). Studi Kasus Dampak Pandemi Covid- 19 Terhadap Hasil Usaha Ternak Ayam Petelur di Desa Kidal Kecamatan Tumpang.*Dinamika Rekasatwa*, 4(3).
- Hamid,H. (2018).Manajemen Pemberdayaan Masyarakat.
- Hanggraeni, D. (2012).*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Indonesia Publishing.
- Hasibuan,Malayu S.P (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia.Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- HusenSobana,H. D.(2021). Studi Kelayakan Bisnis.
- Intan Permata Sari (2019) Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja
- Kasmir & Jakfar. (2016) Studi Kelayakan Bisnis. Edisi revisi. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir,S.E.(2015).*Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. PrenadaMedia.
- Kerlinger. (2006). *Asas - Asas Penelitian Behaviour Edisi 3 Cetakan 7*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemant*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Makmur dan Saprijal.(2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal.Ilmui Ilmiah Cano Ekonomos.Universitas Pasir Pengaraian*.3(1):43-45.
- Noonari, S., (2015). Economic Analysis of Poultry Production in Tando Allahyar District Sindh. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 6(3), 118–130.
- Purti,B.R.T.(2017). *Manajemen Pemasaran*.Fakultas Peternakan Universitas Udayana.Denpasar.
- Rahmadani, S. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan. *Hirarki:Jurnal Ilmiah*
- Winarna,E.,Nawangsasi.Dan S.Rahayu. (2019). *Manajemen Strategi Model Permintaan dan Strategi Memperoleh Keunggulan Kompetitif Bagi Bisnis Pariwisata CV.Budi Utama*.Yogyakarta.