

ANALISIS KELAYAKAN USAHA SAMBAL PECEL "LARISSO" DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, PEMASARAN, SDM DAN KEUANGAN

Titin Trimintarsih¹

Universitas Wahidiyah, email : trimintarsih.titin@gmail.com

Abstrak

Makanan khas sambal banyak ditemukan di daerah Jawa Timur. Dalam penelitian ini penulis fokus pada kota Kediri. Persaingan yang ketat dan banyaknya kebutuhan menjadi tantangan bagi pelaku usaha sambal pecel "Larisso". Untuk memudahkan penjualan, sambal "Larisso" melakukan pemasaran secara offline dan online. Larisso dalam sehari mampu memproduksi sebanyak 100 kg dengan harga Rp40.000,- /kg, Proses produksi pecel sambal dengan bantuan 5 orang karyawan mempunyai upah Rp100.000,/hari. . Dalam hal ini aspek produksi, pemasaran dan sumber daya manusia layak dilakukan. Untuk aspek finansial usaha sambal "Larisso" mempunyai payback period yang cukup cepat dari segi pengembalian modal selama 17 bulan. Dan return on capital, nilai Profitability Index (PI) sebesar 5,7%. Yang tidak layak dalam pengamatan langsung adalah penggunaan alat dan mesin serta teknologi dalam proses produksinya masih menggunakan tenaga kerja manual dan teknologi sederhana, sehingga upaya ini perlu mendapat perhatian.

Kata kunci : Kelayakan Usaha, Sambal Pecel, Produksi, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Keuangan

Abstract

Typical food of chili sauce is found in the East Java area. In this research, the author focuses on the city of Kediri. Fierce competition and many needs are challenges for Pecel "Larisso" chili sauce business actors. To facilitate sales, "Larisso" chili sauce conducts offline and online marketing. "Larisso" in a day is able to produce as much as 100 kg at a price of Rp.40,000,- /kg, The production process of chili sauce pecel with the help of 5 employees has a wage of Rp.100,000,/day. . In this case, the aspects of production, marketing and human resources are feasible. For the financial aspect of the "Larisso" chili sauce business, it has a fairly fast payback period in terms of capital return for 17 months. And return on capital, the value of the Profitability Index (PI) is 5.7%. What is not feasible in direct observation of the use of tools and machines and technology in the production process still uses manual labor and simple technology, so this effort needs attention.

Keywords: Business Feasibility, Sambal Pecel, Production, Marketing, Human Resources, Finance

PENDAHULUAN

Sambal Pecel merupakan ciri khas bumbu pecel yang berasal dari daerah Kediri dan sekitarnya yang masuk wilayah Jawa Timur. UKM sambal pecel "Larisso" merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi khusus sambal pecel. Industri sambal pecel sudah berjalan lebih dari 20 tahun dan memproduksi secara tradisional. UKM ini namun belum pernah melakukan analisis kelayakan usaha dengan menerapkan standar manajemen bahkan tidak pernah melakukan laporan

keuangan tahunan untuk mengetahui layak atau tidak usaha tersebut.

Saat ini usaha sambal pecel "Larisso" telah beroperasi dengan hasil produksi sekitar 100 kg per hari dengan mempekerjakan sekitar 5 orang karyawan, yang diambil dari warga sekitar.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik dalam membahas tentang kelayakan usaha sambal pecel "Larisso" dengan menganalisis kelayakan usaha yang meliputi

aspek non finansial (aspek pasar, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek manajemen SDM, aspek hukum, aspek sosial dan aspek lingkungan) dan aspek finansial

METODE

Data dan informasi yang diperoleh diolah dengan menggunakan Microsoft Excel. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif meliputi tahap pengolahan data dan interpretasi data secara deskriptif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui keragaman unit usaha produksi sambal pecel”Lariso” di lokasi penelitian. Analisis kelayakan usaha dibagi menjadi analisis kelayakan non finansial (aspek pasar, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek manajemen SDM) dan analisis kelayakan finansial (Manajemen Keuangan). Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengkaji kelayakan usaha produksi tahu secara finansial. Metode yang digunakan dalam analisis kuantitatif adalah analisis kelayakan finansial, analisis laba rugi dan analisis sensitivitas.

Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan pengumpulan data triangulasi melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Pemilihan data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dan sekunder dapat digunakan untuk pengumpulan data, seperti yang dinyatakan Sugiyono (2014:223) dalam Santoso et al., 2022.

Teknis Analisis Data

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada aspek pasar terdapat beberapa variabel yang dianalisis meliputi: jumlah permintaan dan penjualan . Dalam peluang usaha serta kajian pada bauran pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, sambal pecel dipasarkan dalam bentuk kemasan siap pakai.

Aspek Produksi

Menurut Jumangan (2021), yang dibahas dalam bagian ini adalah lokasi bisnis, penentuan tata letak (layout) gudang, mesin, dan peralatan, serta tata letak (layout) ruang untuk proses produksi, yaitu:

1. Lokasi Bisnis

Lokasi usaha ini lokasinya beralamat di Jl Tinalan II Barat, Kecamatan Pesantren Kota Kediri berdekatan dengan pemukiman penduduk, yang artinya bahwa lokasi juga sangat strategis untuk pemasaran langsung kepada konsumen.

2. Tata letak

Tata letak / *layout* gudang sudah cukup bagus, *layout*nya memudahkan karyawan

dalam mengambil bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi sambal pecel pada usaha sambal Pecel “Larisso”

3. Mesin/Teknologi

Usaha ini menggunakan tanpa menggunakan teknologi sama sekali, segala sesuatu masih menggunakan tenaga manual dan alat tradisional. Mulai dari pengupasan kacang tanah, dikupas dengan tangan secara manual, penggorongan masih menggunakan kompor, pengupasan kulit ari masih dengan tangan secara manual. Satu-satunya teknologi yang digunakan yaitu teknologi mesin penggiling untuk menghaluskan kacang serta bumbu-bumbu.

4. Proses Produksi

Produksi di perusahaan ini dilakukan setiap hari, menghasilkan sekitar 100 kg sambal pecel atau sesuai pesanan

Aspek Pemasaran

Pemasaran usaha sambal pecel “Larisso” adalah pasar persaingan sempurna di mana pelanggan yang dipilih adalah penjualan langsung dan distributor. Keberadaannya yang berada di daerah asal makanan khas membuat kompetisi sangat ketat.

Berikut 7 aspek pemasaran yang diterapkan pada usaha sambal pecel “Larisso” yaitu:

1. Produk

Produk adalah barang dan jasa yang dapat dijual. Produk *marketing* adalah sesuatu yang dapat dijual ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan individu. Terdapat dua jenis barang, yaitu

barang dan jasa, yang sama-sama diperlukan oleh masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, kualitas produk harus ditingkatkan dan dipertahankan. Hal ini membuat produk lebih menarik bagi pelanggan untuk membeli.

Dalam hal produk, pemilik usaha sambal Pecel “Larisso” melakukan hal-hal berikut: Usaha ini membuat tahu dari kacang tanah, Pemilik memilih kacang tanah yang berkualitas tinggi untuk memastikan bahwa rasa sambal pecel yang mereka buat tidak akan rusak.

Salah satu komponen produk yang paling penting adalah kemasan. Fungsi kemasan tidak hanya melindungi produk tetapi juga menarik perhatian konsumen. Produk atau jasa harus mempertimbangkan nilai-nilai seperti halal, berkualitas, bermanfaat, dan relevan dengan kebutuhan hidup manusia. Produk sambal pecel “Larisso” berada dalam mika dengan label kemasan berwarna menarik sehingga tampak menarik, dan menampilkan isi sesungguhnya tanpa ditutupi kemasan.

2. Harga

Harga adalah nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas tawaran yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, harga adalah sejumlah nilai yang diberikan pelanggan untuk membayar produk tertentu. Penjual

menetapkan harga jual dan memperoleh manfaat harga itu, sedangkan konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya dengan melakukan pembayaran produk pada harga yang ditentukan.

Harga yang ditetapkan memperhitungkan biaya produksi, upah tenaga kerja, dan faktor lainnya. Harga yang diberikan ditetapkan dengan satu varian rasa yaitu sedang.

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

3. Promosi

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

Penjualan melalui online Instagram juga dilakukan di @sambalpecelkediri serta di Google Business yang bernama Sambal Pecel Kediri

4. Proses

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

Dalam proses produksi pembuatan sambal pecel "Larisso" membutuhkan mesin dan teknologi yang bisa membuat sambal pecel bisa memproduksi tahu dengan baik dan hendaknya bisa berkembang.

Dalam hal pemasaran sambal pecel “Larisso” memiliki pesaing yang banyak untuk di daerah Kediri karena itu tidak hanya melakukan penjualan offline tetapi juga online. Pelanggan yang berasal dari pulau jawa tertarik menjadi distributor sambal pecel ”Larisso” dalam porsi banyak.

Aspek SDM

Sumber daya manusia, juga disebut sebagai orang yang membantu terlaksananya pembuatan produk yang sudah direncanakan. SDM ini termasuk orang-orang yang membantu dalam hal pembuatan, marketing, promosi dan lainnya. Karena kinerja dan sikap karyawan mempengaruhi bisnis dalam berbagai cara, seperti penjualan dan kualitas produk, penting untuk memperhatikan kinerja karyawan.

Sebanyak lima karyawan yang bekerja di sambal Pecel”Larisso”. Dengan mengelola keuangannya, dan secara rinci mencatat pengeluaran dan pemasukannya serta mengoptimalkan proses pembelian alat dan bahan. Sebagai bagian dari layanan pelanggan, perusahaan berusaha melayani pelanggan secepat mungkin, ramah terhadap pelanggan, menerima keluhan dan kritik, dan terus berusaha memberikan layanan terbaik untuk membuat pelanggan ingin kembali membeli produknya.

I. ASPEK KEUANGAN

1. Modal

Sambal pecel “Larisso” mengeluarkan modal awal. Modal yang paling banyak tentunya dari biaya pembelian lahan untuk tempat usaha. Pada saat 2004 sambal pecel “Larisso” membeli sebidang tanah, selanjutnya tentu saja modal untuk pembelian alat untuk produksi, mesin, dan bahan-bahan baku produksi. Berikut adalah rincian modal awal :

Tabel 1. Total Modal Usaha Pabrik AS

Jenis	Jumlah
Peralatan dan perlengkapan	Rp. 50,000,000
Tempat	Rp. 200,000,000
Total	Rp. 250,000,000

2. Pendapatan Rata-rata

Biaya harga jualnya adalah Rp.40.000,-per kg yang berisikan 4 pcs seberat 250 gram. Setiap hari produk yang dijual sebanyak 100 kg. Perhitungan untuk pendapatan bulanan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Pendapatan} &= \text{Total Penjualan} \times \text{harga jual} \\ &= 100\text{kg} \times \text{Rp. } 40,000 \\ &= \text{Rp. } 4.000.000/\text{hari} \\ &= \text{Rp. } 120,000,000/\text{bulan} \\ &= \text{Rp. } 1.440,000,000/\text{tahun}\end{aligned}$$

3. Biaya Pengeluaran

Operasional yang harus dikeluarkan oleh sambal Pecel “Larisso” dalam kesehariannya dijelaskan oleh tabel dibawah ini, pada tabel dituliskan bahwa biaya pengeluaran ini adalah biaya keseluruhan bahan-bahan disertai juga dengan upah pekerja dan biaya tetap lainnya seperti pembelian dan listrik.

Biaya perawatan alat atau mesin juga dimasukkan ke dalam tabel tersebut.

Tabel 2. Biaya Pengeluaran

No	Pengeluaran	Jumlah	Harga per unit (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Kacang tanah (kg)	100	Rp20.000	Rp2.000,000
2	Upah Pekerja	5	Rp100,000	Rp500,000
3	Listrik		Rp50,000	Rp50,000
4	Biaya bahan tambahan		Rp500,000	Rp500,000
5	Perawatan alat		Rp25,000	Rp25,000
	Total/hari			Rp. 3.075.000
Total biaya per bulan				Rp92,250,000
Total biaya per tahun				Rp1.107.000.000

Sumber: Penelitian

4. Payback Period

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

$$PP = 250,000,000 / 1,440,000,000 \times 1$$

$$PP = 0,17$$

Dari hasil hitungan diatas diambil kesimpulan bahwa modal yang sudah dikeluarkan setelah usaha beroperasi sekitar 17 bulan atau 5 bulan 1 minggu Hal ini tentu saja dapat dikatakan layak, bahwa usaha sambal pecel “Lariso” memiliki kemungkinan besar akan bisa dikembangkan dan pada akhirnya akan bisa bersaing di pasaran serta bisa memiliki peluang untuk lebih maju lagi.

5. Profitability Index

PI adalah menghitung tingkat keuntungan yang akan didapatkan pemilik sambal pecel “Lariso” , dengan asumsi saat PI lebih besar dari 1 maka ide bisnis layak dan jika PI kecil dari 1 maka ide bisnis dinyatakan tidak layak. Perhitungannya sebagai berikut :

Profitability Index

$$= \Sigma PV \text{ Kas Bersih} / \Sigma PV \text{ Investasi} \times 100 \%$$

$$= 1,440,000,000 / 250,000,000 \times 100 \%$$

$$= 576\%$$

Dari perhitungan PI diatas, maka dapat kita simpulkan bahwa usaha sambal pecel “Lariso” memiliki peluang untuk meraup keuntungan yang nantinya akan bisa dipakai untuk mengembangkan usaha dan layak untuk dikembangkan karena memiliki PI sebesar 576% atau 5,76%.

PENUTUP

Hasil analisis dari penelitian ini dapat dilihat dari segi produksi, marketing dan keuangan. Usaha sambal Pecel ”Lariso” layak dikembangkan jika melihat bahwa usaha ini mampu memproduksi sebanyak 100 kg sambal pecel per hari. Untuk aspek pemasaran melihat dari pesaing yang banyak namun mampu bertahan di tengah persaingan ketat dengan menggunakan pemasaran media online turun mendongkakan penjualan. Dalam aspek keuangan, pabrik tahu ini memiliki *payback period* yang cukup cepat dalam hal pengembalian modal, nilai *Profitability*

Index(PI) sebesar 5,7 %. Yang tidak layak dalam penelitian secara langsung penggunaan alat dan mesin serta teknologi dalam proses produksi masih menggunakan tenaga manual dan teknologi sederhana, sehingga usaha ini perlu mendapat perhatian

DAFTAR PUSTAKA

Fitriyana, M. (2022). Strategi Pengelolaan Keuangan Umkm Dalam Menghadapi Era Transisi Pandemi Covid 19. *Journal Competency of Business*, 6(01), 163–172. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1314>

Nainggolan, O. V. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sepatu Dan Sandal Di Bogor. *Jurnal Bina Akuntansi*, 5(1), 101–149. <https://doi.org/10.52859/jba.v5i1.37>

Santoso, P. V, Amarillo, R. V, & ... (2022). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 181–195. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/download/48/46>

Trimintarsih, T, Sumiati, (2022) Pendampingan Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Menggunakan Aplikasi On Line guna Meningkatkan Penjualan Sambel Pecel Masa Pandemi Covid 19, *Jurnal Abdikmas*., 22 Mei 2022, hal 90-97, p-ISSN : 2745-999

Trimintarsih, T, (2024) Internal dan External Strategy of Madiun Sambal Pecel UMKM in Increasing Business Competitiveness, *Jurnal PETA*, Sinta 3, vol 9 no 2, Juli 2024, hal 217-228 , ISSN 2528-2581. [Journal stieken.ac.id/index.php](http://Journal.stieken.ac.id/index.php)