

ANALISIS ASPEK STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DAGANG TOKO SINAR

**Mordekhai Jhon Anugerah Silahooy¹, Aldino Girsang², Sherleene Madeline Riry³,
Mercy Revalin Hattu⁴, Muhammad Arif⁵, Anggriani Leumara⁶, Thania Olvanda
Tebiary⁷, Syantal Mustamu⁸, Refial Fadhil Marasabessy⁹, Asriani¹⁰, Fahmi
Sahubawa¹¹**

¹⁻⁴Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Indonesia

*e-mail: mordsilahooy340@gmail.com¹, dinogirsang01@gmail.com², sherleenemadelineriry@gmail.com³,
hattumercy@gmail.com⁴, arfmhmmd616@gmail.com⁵, leumaraani62@gmail.com⁶,
tebiarythania@gmail.com⁷, syanxxx0@gmail.com⁸, marssyrefi@gmail.com⁹, asrianiktf@gmail.com¹⁰,
fahmisahubawa28@gmail.com¹¹

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada UMKM Toko Sinar dengan berdasarkan pada ketujuh aspek kelayakan bisnis, yakni aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek keuangan, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, dan analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL). Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang disajikan dalam bentuk analisis deskriptif, dimana data dikumpulkan melalui wawancara. Hasil Pengabdian ini menunjukkan bahwa Toko Sinar telah memenuhi beberapa aspek kelayakan bisnis, diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek ekonomi dan sosial, dan AMDAL. Akan tetapi, hasil Pengabdian ini juga menunjukkan bahwa Toko Sinar belum layak dijalankan apabila dilihat dari aspek keuangan dan aspek manajemen dan organisasi. Untuk mengatasi ketidaklayakan dalam aspek keuangan dan aspek manajemen dan organisasi, disarankan untuk menerapkan prosedur pencatatan yang terstruktur dengan baik dan benar, serta melakukan perekutan karyawan untuk mempermudah pembagian tugas dalam proses bisnis. Dengan perbaikan ini, Toko Sinar diharapkan dapat meningkatkan kelayakan bisnis untuk mendukung pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

Kata kunci: Aspek Kelayakan Bisnis, Studi Kelayakan Bisnis, UMKM Toko Sinar

Abstract

The Activity aims to analyze the business feasibility of the UMKM Toko Sinar based on the seven business feasibility aspects, namely the legal aspect, market and marketing aspect, technical/operational aspect, financial aspect, management and organizational aspect, economic and social aspect, and environmental impact analysis (AMDAL). This Activity uses a qualitative approach presented in the form of descriptive analysis, in which data were collected through interviews. The results of this Activity show that Toko Sinar has fulfilled several business feasibility aspect, including the legal aspect, market and marketing aspect, technical/operational aspect, economic and social aspect, and AMDAL. However, the findings also indicate that Toko Sinar is not yet feasible to operate when viewed from the financial aspect and the management and organizational aspect. To address the infeasibility in the financial and management and organizational aspects, it is recommended that the business implement well-structured and proper recording procedures, as well as recruit employees to facilitate task distribution in business processes. With these improvements, Toko Sinar is expected to enhance its business feasibility to support overall business growth.

Keywords: Business feasibility aspect, Business feasibility study, UMKM Toko Sinar

1. PENDAHULUAN

Dalam situasi ekonomi yang semakin sulit, peluang kerja semakin terbatas dan masyarakat makin kesulitan mendapatkan pekerjaan. Kondisi ini mendorong banyak orang untuk

mencari jalan lain agar terhindar dari pengangguran, salah satunya dengan membangun usaha sendiri. Keberadaan badan usaha menjadi salah satu pendukung ekonomi baik untuk personal maupun negara. Salah satu contoh badan usaha adalah perusahaan perseorangan.

Perusahaan perseorangan adalah usaha yang dimiliki, dikelola, dan dikendalikan satu orang, serta pemilik menanggung seluruh risiko dengan harta pribadi (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 26). Diperlukan Tingkat kreativitas yang tinggi agar produk yang ditawarkan mampu bersaing dan tidak kalah dalam hal kualitas dengan produk sejenis. Menurut Savitri et al., (2021) yang dikutip (Fadilla, et al., 2025) diperlukan tingkat kreativitas yang tinggi agar produk yang ditawarkan mampu bersaing dan tidak kalah dalam hal kualitas dengan produk sejenis.

Salah satu bentuk nyata dari perusahaan perseorangan adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tidak jarang UMKM dianggap sebagai usaha berskala kecil, dimiliki perseorangan, memiliki sedikit karyawan, atau sekedar kebalikan dari perusahaan besar. Faktanya, UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKop UKM) per Maret 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit usaha.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang pesat, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki pemahaman yang baik, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran hingga pencatatan keuangan. Pengelolaan yang kurang tepat menjadi salah satu kendala yang paling sering ditemui dalam proses UMKM, yang menjadi penghambat berkembangnya suatu usaha. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai karakteristik badan usaha, proses operasional, hingga tantangan yang dihadapi menjadi penting untuk dikaji terutama bagi UMKM yang masih berada di tahap awal perkembangan.

Kondisi ini juga Terjadi di Kota Ambon, tepatnya di Kawasan Rumah Tiga yang merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi yang cukup pesat. Banyak masyarakat di daerah ini memulai usaha perseorangan maupun UMKM untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Salah satunya adalah UMKM Dagang Toko Sinar yang menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga dan perlengkapan sehari-hari.

Agar dapat bertahan dan bersaing di pasar, Toko Sinar perlu memastikan bahwa usaha yang dijalankan benar-benar layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Dalam hal ini, Studi Kelayakan Bisnis menjadi penting sebagai alat ukur dalam menilai aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, dan analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL). Melalui analisis kelayakan bisnis, pelaku usaha dapat mengetahui potensi, peluang, risiko, dan langkah tepat untuk pengembangan usaha di masa depan.

Adapun tujuan dari Pengabdian ini adalah untuk menganalisis ketujuh aspek Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Toko Sinar, untuk mengidentifikasi permasalahan, kendala, dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Toko Sinar dalam pengelolaan usaha, serta memberikan rekomendasi atau luaran berupa analisis kelayakan usaha terhadap UMKM Toko Sinar.

Manfaat teoritis yang diharapkan dari Pengabdian ini adalah menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai perusahaan perseorangan, UMKM, serta penerapan studi kelayakan bisnis. Pengabdian ini juga diharapkan memberikan manfaat langsung bagi para pelaku UMKM, terutama dalam menilai kelayakan usaha secara sistematis, memahami kendala, dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha, serta memperoleh rekomendasi strategi untuk meningkatkan kualitas pengelolaan serta daya saing usaha.

2. METODE

Metode Pengabdian yang digunakan dalam Pengabdian ini adalah metode kualitatif yang disajikan dalam bentuk analisis deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Waruwu, 2023), mendefinisikan Pengabdian kualitatif sebagai prosedur Pengabdian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Kemudian Cresswell dalam (Waruwu, 2023) mendefinisikan Pengabdian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Data yang digunakan dalam Pengabdian ini terdiri dari data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari observasi atau wawancara dengan pemilik usaha, Riyand Sinaga. Pengabdian ini dilaksanakan di Jl. Chr. Soplanit, Rumah Tiga, Ambon. Objek dalam Pengabdian ini adalah UMKM Toko Sinar. Adapun ruang lingkup Pengabdian ini yakni, analisis aspek studi kelayakan bisnis pada UMKM Toko Sinar yang ditinjau dari 7 (tujuh) aspek kelayakan bisnis, yaitu:

1. Aspek hukum
2. Aspek pasar dan pemasaran
3. Aspek keuangan
4. Aspek teknis/operasi
5. Aspek manajemen dan organisasi
6. Aspek ekonomi dan sosial, dan
7. Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Aspek Hukum

Bentuk usaha yang dijalankan oleh UMKM Toko Sinar adalah bentuk usaha perseorangan. Bentuk usaha perseorangan lebih mudah untuk dikelola karena seluruh kegiatan usaha berada langsung dibawah kendali pemilik, mulai dari pemodal, koordinasi, sampai kepada pengambilan keputusan. Mengenai dokumen izin usaha yang dimiliki adalah bukti surat kepemilikan bangunan tempat usaha yang selama ini dijadikan Lokasi usaha dan diwakilkan dengan perjanjian sewa. Dokumen lainnya yang diteliti yaitu bukti diri berupa Tanda Daftar Perusahaan, KTP, NPWP. Surat Izin Usaha, Izin Domisili, IMB, Bukti Diri, Nomor Izin Berusaha, dan Surat Izin Usaha Perdagangan. Dengan kata lain, untuk aspek hukum yang menjadi gerbang utama dalam operasional usaha ini, baik yang sudah berjalan maupun akan dijalankan kedepan dikategorikan layak.

3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Sebelum usaha dijalankan, penting untuk menentukan sasaran usaha dalam memasarkan produknya, sehingga target yang ingin dicapai dapat disusun melalui berbagai strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan nantinya (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 42)

3.2.1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan karena di dalam suatu pasar terdapat banyak perbedaan keinginan dan kebutuhan (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 48).

UMKM Toko Sinar membagi segmen konsumennya berdasarkan analisis dari segmentasi demografis. Analisis segmentasi demografis pada UMKM Toko Sinar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Segmentasi Demografis

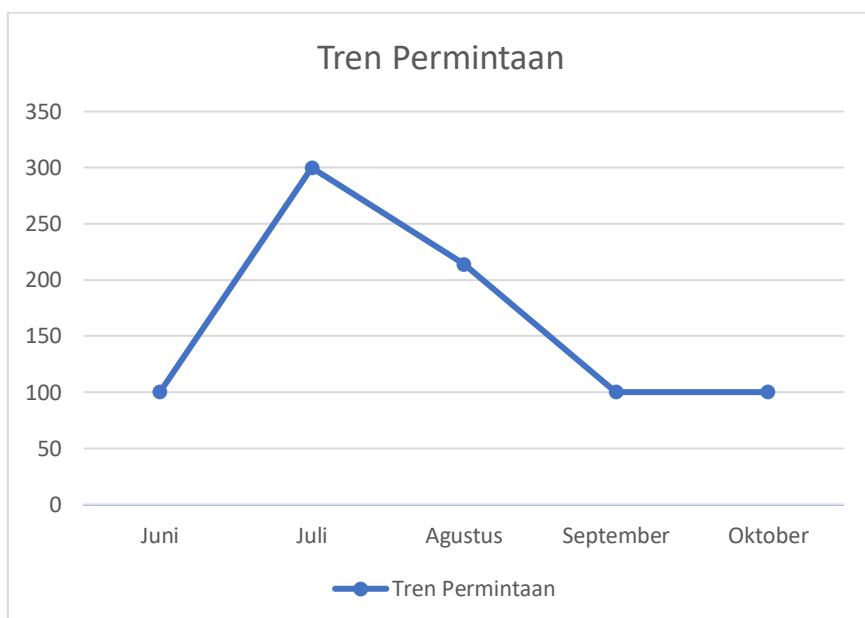
Variabel	Pembagian Segmen	Keterangan
Umur	17-25 tahun	Mahasiswa penghuni kost
	26-60 tahun	Masyarakat sekitar
Pekerjaan	Mahasiswa	Membeli kebutuhan

Pekerja/Ibu Rumah Tangga	kost
Pendapatan	Membeli kebutuhan rumah
Rendah	Mengutamakan harga murah
Menengah	Mencari kualitas yang layak tapi dengan harga murah

3.2.2. Tren Permintaan

Berdasarkan analisis pada UMKM Toko Sinar, produk yang paling sering dibeli pada rentang waktu bulan Juni-Oktober 2025 adalah lemari. Jumlah tertinggi pembelian lemari adalah sebanyak 300 buah pada bulan Juli 2025 yang dipengaruhi oleh dimulainya tahun ajaran baru dan meningkatnya kebutuhan mahasiswa terhadap perabotan tempat tanggal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Riyand, pemilik Toko Sinar, diperkirakan total pembeli lemari dari bulan Juni-Oktober 2025 sebanyak 814 pembeli dengan rata-rata pembelian per bulan sebanyak 163 buah. Berdasarkan hasil analisis, kondisi ini menunjukkan adanya tren permintaan musiman dengan puncak permintaan di bulan Juli dan kembali stabil pada bulan-bulan berikutnya.



Gambar 1. Grafik Tren Permintaan Lemari bulan Juni-Oktober 2025

3.2.3. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT)*

Kekuatan (*strengths*) pada UMKM Toko Sinar yang didapati, diantaranya Toko Sinar menjual perabotan rumah tangga yang diperlukan oleh masyarakat dan mahasiswa, lokasi usaha yang cukup strategis dan mudah dijangkau, serta harga yang terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Toko Sinar juga melakukan penjualan dan promosi lewat media sosial. Selain itu, Toko Sinar juga menjalin kerja sama dengan toko lain/*reseller*.

Selain kekuatan (*strengths*), Toko Sinar juga memiliki beberapa kelemahan (*weaknesses*). Toko Sinar adalah UMKM jenis dagang yang membeli barang kemudian menjual kembali atau biasa disebut *reseller*. Ketika terjadi kehabisan stok (*out of stock*), pemilik usaha membutuhkan waktu sekitar 2 minggu untuk melakukan *re-stock* barang dari Pulau Jawa. Selain itu, promosi

secara *online* yang belum maksimal juga menjadi salah satu kelemahan, mengingat sekarang teknologi telah berkembang pesat, dimana orang-orang bisa melakukan perdagangan melalui media sosial. Kelemahan terakhir dari usaha ini adalah tidak ada investor yang bersedia menanamkan modalnya.

Terlepas dari kelemahan yang dimiliki Toko Sinar, ada beberapa peluang juga yang dimiliki oleh Toko Sinar, diantaranya permintaan perabotan rumah tangga akan meningkat ketika musiman, terutama pada bulan Juni-Juli dimana banyak mahasiswa yang membutuhkan perabotan untuk tempat tanggal mereka. Selain itu, peluang yang dapat dilakukan oleh Toko Sinar adalah meningkatkan penjualan lewat media sosial agar frekuensi penjualan juga dapat ditingkatkan melalui media sosial. Selain meningkatkan frekuensi penjualan, Toko Sinar juga dapat meningkatkan modal usaha apabila ada investor yang menanamkan modalnya..

Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh Toko Sinar dalam melaksanakan proses bisnisnya. Pertama, pemilik Toko Sinar harus menghadapi tekanan dari masyarakat sekitar yang menganggap diri sebagai warga lokal sehingga cenderung meminta penurunan harga. Kemudian, tantangan yang dihadapi juga adalah Toko Sinar berisiko mengalami kehabisan stok saat permintaan tinggi.

3.2.4. Market Share

Berdasarkan pendapat (Siburian, Parengkuhan, & Maramis, 2017), *market share* menunjukkan posisi suatu perusahaan di pasar dengan membandingkan tingkat penjualannya terhadap pesaing. Melalui perbandingan tersebut, *market share* digunakan untuk menilai daya saing perusahaan serta melihat kekuatan merek dibandingkan kompetitor utama. Berdasarkan penjelasan tersebut, perhitungan *market share* tidak dilakukan pada Toko Sinar karena di wilayah tersebut tidak terdapat pesaing langsung yang menjual produk sejenis. Oleh karena itu, Toko Sinar memiliki posisi sebagai satu-satunya penyedia produk pada segmen pasar tersebut.

3.2.5. Growth Rate

Higgins (2016) yang dikutip (Apriyanto & Louw, 2024) menjelaskan bahwa *growth rate* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan yang sejalan dengan kebijakan keuangannya. Menurut Harahap (2011) yang dikutip (Fajriah, Idris, & Nadhiroh, 2022), tingkat pertumbuhan dapat dihitung sebagai berikut.

$$\frac{(\text{Nilai sekarang} - \text{Nilai sebelumnya})}{\text{Nilai sebelumnya}} \times 100\%$$

Perhitungan *growth rate* pada Toko Sinar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan *Growth Rate*

Periode	Perhitungan	Hasil
Juni - Juli	$\{(24 \text{ juta} - 21 \text{ juta}) \div 21 \text{ juta}\} \times 100\%$	↑ 14,2%
Juli - Agustus	$\{(19,2 \text{ juta} - 24 \text{ juta}) \div 24 \text{ juta}\} \times 100\%$	↓ 20%
Agustus - September	$\{(21 \text{ juta} - 19,2 \text{ juta}) \div 19,2 \text{ juta}\} \times 100\%$	↑ 9,3%
September - Oktober	$\{(21 \text{ juta} - 21 \text{ juta}) \div 21 \text{ juta}\} \times 100\%$	Stagnan

Berdasarkan analisis *growth rate*, Toko Sinar mengalami instabilitas kinerja keuangan. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada periode bulan Juni-Juli 2025 sebesar 14,2%, sedangkan penurunan tertinggi terjadi pada periode Juli-Agustus 2025 sebesar 20%, dan pada periode September-Oktober 2025, penjualan tidak mengalami peningkatan maupun penurunan.

3.2.6. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dari sisi produk (*product*), Toko Sinar menyediakan berbagai produk perabotan rumah tangga, diantaranya lemari, ember, kasur, dan lain-lain. Terdapat juga barang pecah belah, seperti gelas, piring, dan lain-lain. Produk-produk ini memiliki berbagai macam varian, mulai dari bentuk, ukuran, harga, dan lain-lain. Karena Toko Sinar merupakan *reseller*, maka fokusnya bukan kepada bagaimana proses produksi, tetapi fokusnya kepada bagaimana mempertahankan nilai barang yang disalurkan dari *supplier*. Karena merupakan *reseller*, Toko Sinar dapat menerapkan strategi dalam hal produk, yaitu tetap menjaga kualitas produk dari *supplier*, menjual produk dengan berbagai varian, dan memilih produk yang paling dibutuhkan oleh konsumen.

Selain itu, dari sisi harga (*price*), penetapan harga untuk produk-produk yang dijual oleh Toko dihitung dengan menambah presentase keuntungan yang diharapkan dari penjualan produk-produk tersebut. Contohnya, lemari dibeli dari *supplier* dengan harga Rp 300.000 per buah dan Toko Sinar menggunakan margin keuntungan sebesar 10%, maka satu buah lemari akan dijual kembali dengan harga Rp 330.000 ($300.000 + 30.000$, dimana Rp 30.000 merupakan margin keuntungan 10% dari harga Rp 300.000).

Penempatan lokasi usaha yang tepat juga menjadi penting agar konsumen mudah menjangkau lokasi untuk melakukan transaksi (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 56). Toko Sinar berlokasi tepat di pinggir jalan raya, sehingga memiliki kemudahan akses bagi para pelanggan yang ingin melakukan pembelian. Selain itu, lokasi yang strategis ini juga memudahkan proses distribusi barang dari pelabuhan ke Toko Sinar.

Marketing Mix yang terakhir dilihat dari sisi promosi (*promotion*). Promosi merupakan kegiatan terakhir dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tidak kalah penting, karena tanpa promosi, pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 59). Promosi pada Toko Sinar saat ini sudah dilakukan secara online melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, sarana promosi yang juga masih digunakan Toko Sinar adalah publisitas (*publicity*), yaitu promosi dari mulut ke mulut.

Berdasarkan hasil analisis aspek pasar dan pemasaran, Toko Sinar dikategorikan layak untuk dijalankan karena telah memenuhi beberapa indikator, seperti harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan media promosi yang sudah cukup luas. Hanya saja, rekomendasi yang dapat diberikan kepada Toko Sinar yaitu agar dapat memaksimalkan promosi dan penjualan lewat media sosial dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3.3. Aspek Keuangan

3.3.1. Investasi Awal

Modal yang digunakan Mas Riyandri untuk membuka usahanya berasal dari modalnya sendiri tanpa ada campur tangan investor yang menanamkan modal.

Tabel 3. Total Modal Usaha Toko Sinar

Keterangan	Jumlah
Modal tetap	Rp 150.000.000
Modal kerja	Rp 150.000.000
Total Investasi Awal	Rp 300.000.000

3.3.2. Proyeksi Pendapatan dan Biaya

Berdasarkan hasil perhitungan *growth rate* diatas, terlihat bahwa Toko Sinar masih mengalami fluktuasi pertumbuhan selama periode Juni-Oktober 2025. Oleh karena itu, untuk perhitungan proyeksi pendapatan dan biaya digunakan asumsi pertumbuhan sebesar 5% yang bersifat konservatif, sehingga proyeksi pendapatan dan biaya dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 4. Pendapatan dan Biaya (dalam ribuan rupiah)

Bulan	Laba Kotor	Biaya (listrik +sewa)	Laba bersih
Juni	210.000	8.000	21.000
Juli	300.000	8.000	24.000
Agustus	240.000	8.000	19.200
September	210.000	8.000	21.000
Oktober	210.000	8.000	21.000
TOTAL	Rp 1.170.000	Rp 40.000	Rp 106.200

Total laba kotor Juni-Oktober sebesar Rp 1.170 juta, sehingga diasumsikan rata-rata laba kotor per bulan adalah sebesar Rp 234 juta. Dengan demikian, asumsi pendapatan per bulan selama 1 tahun adalah 234 juta \times 12 = Rp 2.808 juta. Untuk memproyeksikan pendapatan, digunakan data pendapatan bulan Juni-Oktober 2025 dan asumsi pertumbuhan sebesar 5%.

Rumus:

$$\begin{aligned}
 & \text{Penjualan} \times (1+ \text{growth rate}) \\
 & = 2.808.000.000 \times (1 + 0,05) \\
 & = 2.808.000.000 \times 1,05 \\
 & = \text{Rp } 2.948.400.000 \text{ atau sekitar Rp } 2,95 \text{ miliar dalam satu tahun (Juni 2025-Juni 2026)}
 \end{aligned}$$

Untuk proyeksi biaya, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Sinar, Mas Riyand menyampaikan bahwa biaya yang dikeluarkan setiap bulan hanya mencakup biaya listrik, sewa bangunan, dan sewa gudang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran Toko Sinar setiap bulan adalah tetap, sebesar Rp 8 juta.

3.3.3. Cash Flow

Biaya penyusutan dihitung menggunakan nilai investasi awal dikurangi modal kerja, kemudian dibagi umur ekonomis yaitu 3 tahun. Penyusutan per tahun Toko Sinar adalah sebesar Rp 50 juta, sehingga dapat disimpulkan penyusutan per bulannya adalah sebesar Rp 4.167.000.

Tabel 5. Tabel Arus Kas Toko Sinar (dalam ribuan rupiah)

Komponen	Periode				
	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
KAS MASUK					
Investasi	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Pendapatan	21.000	24.000	19.200	21.000	21.000
Total kas masuk	171.000	174.000	169.200	171.000	171.000
KAS KELUAR					
Listrik	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Sewa	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Sewa gudang	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Biaya pemesanan	15.600	15.600	15.600	15.600	15.600
Penyusutan	4.167	4.167	4.167	4.167	4.167
Total kas keluar	27.767	27.767	27.767	27.767	27.767
Surplus (defisit)	143.233	146.233	141.433	143.233	143.233
Saldo awal kas	-	143.233	289.466	430.899	574.132
Saldo akhir kas	143.233	289.466	430.899	574.132	717.365

3.3.4. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) dihitung berdasarkan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara kedua PV tersebut dinamakan *Net Present Value* (NPV) (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 103). Rumus yang biasa digunakan untuk menghitung NPV sebagai berikut:

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi}$$

Kriteria:

- NPV positif, maka investasi diterima, dan jika
- NPV negatif, sebaiknya investasi ditolak

Tabel 6. Perhitungan NPV Toko Sinar

Bulan	EAT	Penyusutan	Kas bersih	Discount Factor (10%)	PV Kas Bersih
Juni	21.000.000	4.167.000	25.167.000	0,546	13.741.182
Juli	24.000.000	4.167.000	28.167.000	0,298	8.393.766
Agustus	19.200.000	4.167.000	23.367.000	0,163	3.808.821
September	21.000.000	4.167.000	25.167.000	0,089	2.239.863
Oktober	21.000.000	4.167.000	25.167.000	0,048	1.208.016
Jumlah PV Kas Bersih					29.391.648

Total PV kas bersih = 29.291.648

Total PV investasi = 300.000.000

NPV = (Rp 270.608.352)

Berdasarkan hasil analisis NPV, diperoleh nilai NPV negatif yang menunjukkan bahwa Toko Sinar belum mampu menutup nilai investasi awal pada tingkat pengembalian yang diinginkan. Oleh karena itu, usaha belum layak secara finansial jika dilihat dari sisi NPV, dan memerlukan perbaikan, seperti peningkatan pendapatan atau efisiensi biaya agar dapat menjadi layak.

3.3.5. Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Kasmir & Jakfar (2003, p. 105), *Internal Rate of Return* (IRR) adalah alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern, dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

i_1 = tingkat bunga 1 (yang menghasilkan NPV_1)

i_2 = tingkat bunga 2 (yang menghasilkan NPV_2)

NPV_1 = *net present value* 1

NPV_2 = *net present value* 2

Tabel 7. Perhitungan NPV dengan DF 10% dan 12%

Bulan	Kas bersih	Bunga 10%		Bunga 12%	
		DF	PV kas bersih	DF	PV kas bersih
Juni	25.167.000	0,546	13.741.182	0,990	24.915.330
Juli	28.167.000	0,298	8.393.766	0,980	27.603.660
Agustus	23.367.000	0,163	3.808.821	0,970	22.665.990
September	25.167.000	0,089	2.239.863	0,960	24.160.320
Oktober	25.167.000	0,048	1.208.016	0,951	23.933.817

Total PV kas bersih	29.391.648	123.279.117
Total PV investasi	300.000.000	300.000.000
NPV₁	(270.608.352)	NPV₂ (176.720.883)

$$\begin{aligned}
 IRR &= 10 + \frac{(270.608.352)}{(270.608.352) - (176.720.883)} \times (12 - 10) \\
 &= 10 + \frac{(270.608.352)}{(93.887.469)} \times 2 \\
 &= 10 + 5.764 = 15,764 \text{ dibulatkan menjadi } 15,8\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis, nilai IRR sebesar 15,8% yang lebih besar dari bunga 10% dan 12% menunjukkan bahwa investasi mampu menghasilkan tingkat pengembalian. Oleh karena itu, investasi yang dijalankan layak untuk diterima

3.3.6. Payback Period (PP)

Payback Period (PP) merupakan metode penilaian investasi yang digunakan untuk mengetahui jangka waktu yang diperlukan suatu usaha dalam mengembalikan modal awal. *Payback Period* didasarkan pada arus kas bersih (*proceed*) yang diperoleh tiap tahun. Arus kas bersih tersebut berasal dari laba setelah pajak yang ditambahkan dengan penyusutan, dengan catatan bahwa investasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 101).

Dengan menggunakan data yang ada, yaitu bahwa investasi awal sebesar Rp 300.000.000 dan rata-rata kas bersih (*proceed*) per bulan sebesar Rp 25.407.000, maka *payback period* dapat dihitung sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih}} \times 1 \text{ tahun} = \frac{300.000.000}{25.407.000} = 11,81 \text{ bulan}$$

Berdasarkan metode *payback period*, investasi awal Toko Sinar sebesar Rp 300 juta dapat kembali dalam waktu sekitar 11,81 bulan atau ±12 bulan atau 1 tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki periode pengembalian yang relatif cepat dan dinilai layak dari sisi *payback period*.

3.3.7. Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang kas bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi (Kasmir & Jakfar, 2003, p. 108). Metode ini sudah mempertimbangkan *cash flow* dan *time value of money* (Apriliana & Sutopo, 2017).

$$PI = \frac{\sum \text{PV kas bersih}}{\sum \text{PV investasi}} \times 100\% = \frac{29.391.648}{300.000.000} \times 100\% = 42,35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai PI > 1, yaitu sebesar 42,35%, maka investasi pada Toko Sinar diterima.

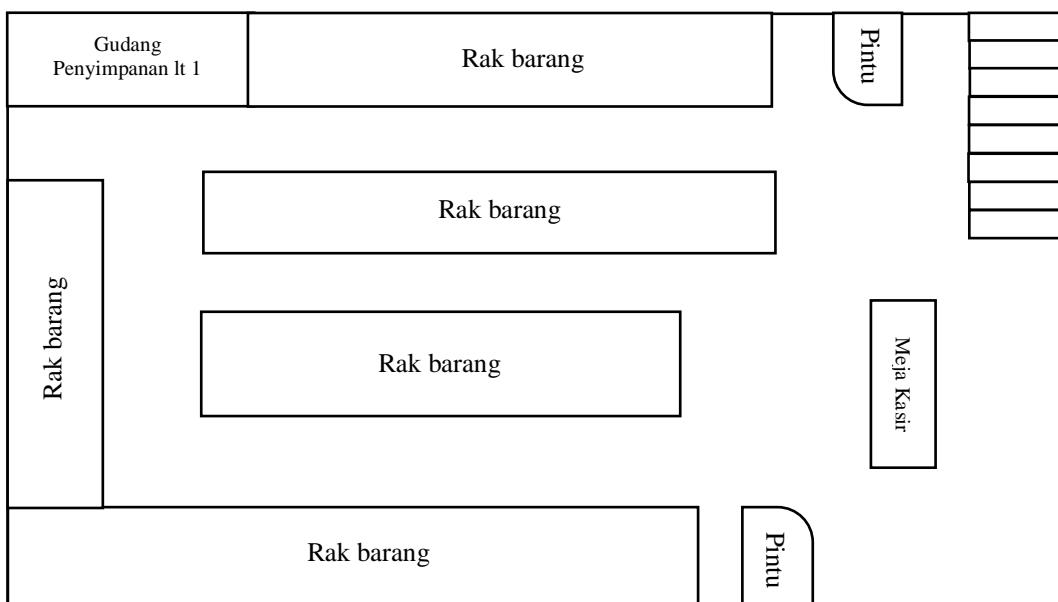
Berdasarkan hasil analisis aspek keuangan, Toko Sinar dinilai belum sepenuhnya layak apabila dilihat dari beberapa aspek, salah satunya dari hasil perhitungan *net present value* (NPV) yang menunjukkan bahwa Toko Sinar belum mampu menutup nilai investasi awal pada tingkat pengembalian yang diinginkan. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Sinar, Mas Ryan, diketahui bahwa pencatatan laporan keuangan Toko Sinar masih bersifat manual dan hanya sekedar mencatat pemasukan dan pengeluaran. Oleh karena itu, disarankan untuk mulai beralih ke pencatatan digital sederhana seperti Excel, agar pencatatan lebih rapi, akurat, dan mudah dipantau.

3.4. Aspek Teknis/Operasi

Toko Sinar berlokasi di Jl. Chr. Soplanit, Rumah Tiga, Ambon. Berdasarkan hasil wawancara dan peninjauan langsung, Toko Sinar dinilai layak karena operasional usaha telah

berjalan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan pasar di wilayah Rumah Tiga. Toko ini memanfaatkan lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh banyak kalangan masyarakat sekitar dan mahasiswa sehingga arus transaksi berjalan dengan baik dan stabil. Menurut Kasmir & Jakfar (2003, p. 152), penentuan lokasi sangat penting dilakukan karena apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang dikeluarkan nantinya.

Tata letak barang pada Toko Sinar juga terlihat sederhana sehingga memudahkan konsumen dalam memilih barang. Dengan operasional yang stabil, ketersediaan produk yang sesuai kebutuhan rumah tangga, serta fasilitas pendukung yang memadai, aspek teknis/operasi pada Toko Sinar dikategorikan layak.



Gambar 2. Denah lantai Toko Sinar

Denah toko menunjukkan tata letak yang memudahkan pelanggan menjangkau produk. Produk-produk disusun pada rak yang ditempatkan di sepanjang dinding dan di tengah ruangan yang memudahkan pelanggan untuk melihat produk. Untuk memudahkan transaksi, meja kasir diletakkan dekat pintu masuk. Selain itu, terdapat gudang penyimpanan di bagian belakang serta akses tangga ke lantai dua sebagai area penyimpanan tambahan. Berdasarkan hasil wawancara, gudang penyimpanan di lantai dua masih memiliki ukuran yang terbatas dengan ukuran 3×4 meter. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan area penyimpanan, pemilik Toko Sinar menyewa sebuah gudang yang berlokasi dekat dengan tempat usaha, dengan ukuran 2,5×5 meter.

3.5. Aspek Manajemen dan Organisasi

Toko Sinar mempunyai visi, yaitu untuk membantu masyarakat dengan menyediakan perabotan dan kebutuhan alat rumah tangga dengan harga yang sangat terjangkau. Toko Sinar juga mengembangkan misi dan harapan dapat membuka cabang di masa depan agar dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Toko Sinar adalah jenis badan usaha perseorangan, sehingga seluruh aktivitas manajerial dikelola langsung oleh pemilik. Meski demikian, manajemen yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan telah diupayakan dengan cukup baik. Namun, masih kurang dalam perngorganisasian karena usaha tersebut masih belum mempunyai karyawan sehingga pemilik merangkap berbagai fungsi penting, mulai dari pengadaan barang, pengelolaan stok, pelayanan pelanggan, hingga proses operasional tetap terjaga dan usaha dapat berjalan secara efektif.

Berdasarkan penjabaran tersebut, disimpulkan bahwa usaha dagang yang diteliti masih kurang dalam aspek manajemen dan organisasi.

3.6. Aspek Ekonomi dan Sosial

Toko Sinar memang belum memberikan kontribusi yang luas karena skala usahanya masih kecil dan masih dikelola individu. Namun, setelah setahun berdiri, Toko Sinar tetap memberikan dampak pada masyarakat. Secara ekonomi, toko ini membantu menyediakan kebutuhan peralatan dengan harga yang sangat terjangkau dan lokasi yang relatif strategis, sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja.

Dari sisi sosial, meskipun belum menciptakan lapangan pekerjaan, usaha tetap menjadi bagian dari aktivitas ekonomi lokal. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membantu memberikan dukungan donasi untuk acara yang berjalan di daerah tersebut.

3.7. Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)

Dari segi lingkungan, Toko Sinar tidak terlalu memberikan dampak yang besar karena aktivitas usahanya hanya bersifat jual beli barang tanpa proses produksi yang menghasilkan limbah. Sebagai *reseller* peralatan dan perabotan rumah tangga, kegiatan operasional toko tersebut hanya meliputi penyimpanan barang, transaksi penjualan, dan pelayanan pelanggan. Aktivitas tersebut tidak menimbulkan pencemaran terhadap lingkungan sekitar serta tidak menciptakan limbah berbahaya. Satu-satunya dampak lingkungan yang muncul adalah penggunaan plastik dan kemasan barang atau kardus dari barang-barang kiriman yang masih dapat dikelola oleh pemilik toko. Dinilai dari Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL), Toko Sinar dikategorikan layak dan aman, karena tidak memberikan dampak buruk dan signifikan bagi ekosistem sekitar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian, tujuh aspek Studi Kelayakan Bisnis pada Toko Sinar secara umum layak untuk dijalankan. Aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, ekonomi dan sosial, serta AMDAL dinilai layak karena usaha memiliki legalitas lengkap, segmen pasar yang jelas, operasional yang efektif, kontribusi ekonomi bagi masyarakat, serta tidak menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan. Namun, terdapat aspek yang perlu diperbaiki, yaitu keuangan, karena NPV negatif meskipun IRR, PP, dan PI menunjukkan hasil layak. Serta manajemen dan organisasi yang masih ditangani satu orang sehingga fungsi manajerial belum optimal. Dengan peningkatan pada strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan penguatan struktur organisasi, usaha ini memiliki potensi berkembang dan diperluas di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, F. S., & Sutopo, W. (2017). ANALISA STUDI KELAYAKAN PENAMBAHAN MESIN CNC DENGAN METODE PROFITABILITY INDEX (PI) DI PT. USA SEROJA JAYA SHIPYARD BATAM. *Jurnal Program Studi Teknik Industri*.
- Apriyanto, V., & Louw, F. (2024). Growth rate dalam sektor barang baku dan primer di Bursa Efek Indonesia: Mana lebih baik? *Jurnal Ubaya*.
- Fadilla, A. N., Putri, L. A., Dewi, N. C., Oktaviani, N. M., Hidhayatullah, R., & Putra, D. A. (2025). ANALISIS ASPEK-ASPEK STUDI KELAYAKAN BSINIS PADA BAKERY HOME INDUSTRY COKOTABLE. *Jurnal Manajemen, Bisnis & Akuntansi*.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN,. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Siburian, F. S., Parengkuan, T., & Maramis, J. (2017). ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERBASIS MARKET SHARE PADA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI 2011-2015). *EMBA*.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Pengabdian Pendidikan: Metode Pengabdian Kualitatif, Metode Pengabdian Kuantitatif dan Metode Pengabdian Kombinasi (Mixed Method). *JPTAM*.