

***ANALYSIS OF BUSINESS FEASIBILITY AT ALTA WELDING WORKSHOP IN
TIMIKA CITY***

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA BENGKEL LAS ALTA DI KOTA
TIMIKA**

“Ivony Gracelya¹, Ignasius Narew^{2*}

¹ Prodi Ekonomi Pembangunan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan, Timika.

² Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan, Timika.

igracelya@gmail.com¹, ignasiusnarew@gmail.com^{2*}

Abstract

This research aims to determine the feasibility of the Alta Welding Workshop, whether it is feasible to run. The research method used is descriptive research method. In this research, the data collection methods used were observation, interviews and documentation. To determine the feasibility of the Alta Welding Workshop, the analytical instruments used in this research are for non-financial aspects using triangulation analysis and for financial aspects using Payback Period, Net Present Value, and Internal Rate of Return. The results of this research indicate that, based on the feasibility criteria from non-financial aspects and financial aspects at the Alta Welding Workshop, this business is feasible to run.

Keywords: *Business Feasibility, Nonfinancial Aspects, Financial Aspects*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan pada Bengkel Las Alta, apakah layak untuk dijalankan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mengetahui kelayakan pada Bengkel Las Alta, maka instrumen analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada aspek nonfinancial menggunakan analisis triangulasi dan untuk aspek financial menggunakan *Payback Period, Net Present Value, dan Internal Rate Of Return*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, berdasarkan kriteria kelayakan dari aspek nonfinancial dan aspek financial pada Bengkel Las Alta masih dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: *Kelayakan Usaha, Aspek Nonfinancial, Aspek Financial*

PENDAHULUAN

Makin berkembangnya zaman dan teknologi, makin berkembang pula pola pemikiran manusia sehingga setiap orang perlu memaksimalkan potensi dan keterampilan yang dimiliki. Potensi dan keterampilan yang dimiliki dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang menuntun seseorang untuk menjadi wirausaha. Dengan demikian, akan bermunculan usaha-usaha baru yang dapat dikategorikan ke dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Dalam UMKM setiap wirausahawan mendapatkan kebebasan berinovasi didalam menjalankan usaha serta dapat menyesuaikan kebutuhan teknologi yang terus mengalami perubahan. Sebagai

pelaku usaha tidak begitu memerlukan persyaratan yang khusus seperti tingkat pendidikan, skill (keahlian) pekerja, penggunaan modalnya relatif kecil, serta menggunakan teknologi yang cenderung sederhana dikarenakan UMKM merupakan usaha yang sifatnya padat karya.

Dengan semakin berkembangnya pembangunan suatu daerah berpotensi untuk memunculkan usaha-usaha baru yang dilakukan oleh masyarakat termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini dapat ditunjukkan oleh keberadaan usaha-usaha yang makin banyak bermunculan di sepanjang jalan di Kota Timika pada berbagai bidang usaha baik usaha yang bergerak di bidang jasa, dagang, maupun

manufaktur termasuk salah satunya usaha manufaktur bengkel las teralis.

Usaha bengkel las teralis merupakan industri pengelasan berbagai jenis logam maupun stainless dengan menyediakan berbagai produk seperti dalam pembuatan pagar rumah, teralis jendela, kanopi dan produk lainnya.

Usaha tersebut merupakan usaha yang cukup menjanjikan dan memiliki peluang yang cukup baik dalam menopang perekonomian keluarga. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya penduduk akan turut berdampak pada semakin meningkatnya permintaan atas produk yang dihasilkan, dimana setiap penduduk tentunya membutuhkan hunian layak baik dari segi kenyamanan maupun keamanan. Bukan hanya itu, banyak pula yang berpikir bahwa dengan produk dari las teralis dapat memberikan kesan modern pada tampak huniannya.

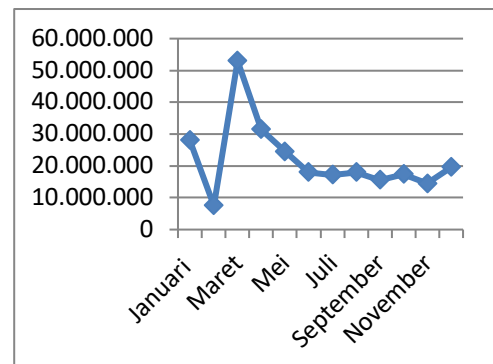
Adapun potensi yang dapat dilihat dari kondisi Kota Timika saat ini, di mana daerah ini merupakan daerah berkembang dalam hal pembangunan dan terdapat pertambangan, hal tersebut membuat orang akan selalu berdatangan. Makin banyak pendatang baru, maka bertambah pula hunian, yang di mana hunian tersebut pun memerlukan keamanan, serta ada pula yang sekadar ingin mempercantik tampak huniannya, maka permintaan atas teralis pun meningkat. Di samping itu ada pula proyek pemerintah yang membutuhkan produk dari las teralis tersebut. Kebutuhan akan permintaan teralis tersebut menjadi dasar didirikan salah satu usaha yaitu usaha Bengkel Las Alta.

Bengkel Las Alta mulai beroperasi sejak tahun 2019 yang terletak di jalan Cenderawasih, Kota Timika. Berbagai macam produk yang berkaitan dengan tempat hunian dapat diproduksi di bengkel las tersebut, adapun jenis produknya yaitu kanopi, pagar stainless, pagar hollow biasa, pintu gerbang hollow biasa, teralis jendela, las truck, dan sebagainya. Usaha ini dimiliki oleh bapak Efraim Rombe dan setiap hari beroperasi dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIT, serta

memiliki tenaga kerja yang berjumlah 4 orang.

Sekalipun banyak permintaan atas teralis pada awal perkembangan usaha Bengkel Las Alta namun seiring berjalannya waktu permintaan akan teralis terus mengalami penurunan. Kondisi ini dapat terlihat dari grafik penjualan pada gambar 1 berikut.

Gambar 1 Penjualan Berdasarkan Pesanan Pada Bengkel Las Alta Tahun 2021



Sumber: Diolah 2021

Dari gambar tersebut menunjukkan penjualan pada Bengkel Las Alta mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan penjualan. Hal ini terlihat dari data penjualan di bulan Januari sampai dengan Desember di mana dalam setahun tersebut terjadi penurunan penjualan dari bulan sebelumnya dalam 7 bulan. Penurunan penjualan tersebut, perlu disikapi oleh pemilik Bengkel Las Alta guna melihat bagaimana perkembangannya. Dengan demikian, sangat penting bagi suatu bisnis termasuk usaha Bengkel Las Alta untuk dilakukan studi kelayakannya. Studi Kelayakan Bisnis minimal dapat memberikan pedoman atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantinya (Yusuf, 2019:13).

Dalam suatu usaha ataupun proyek banyak keputusan-keputusan yang berkaitan dengan uang atau modal dalam jumlah yang tidak sedikit, sehingga sangat diperlukan adanya Studi Kelayakan Bisnis. Begitu pula pada usaha Bengkel Las Alta, memerlukan analisis tersebut agar dapat menilai apakah usaha tersebut layak atau tidak

untuk tetap dijalankan. Menurut Umar, studi kelayakan usaha adalah penelitian terhadap rencana usaha yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya usaha dilakukan, namun juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka mencapai keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keberlanjutan penanaman modal yang terlalu besar untuk suatu kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Aziz dkk, 2017:68). Menurut Kasmir dan Jakfar (Harahap, 2018:4) mengatakan bahwa, terdapat lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan salah satunya, yaitu untuk menghindari risiko, memudahkan perencanaan, memudahkan pelaksanaan, memudahkan pengawasan, memudahkan pengendalian. Studi kelayakan bisnis menilai keberhasilan suatu proyek dalam satu keseluruhan sehingga semua faktor harus dipertimbangkan dalam suatu analisis terpadu yang meliputi faktor-faktor yang berkenaan dengan aspek teknis, pasar dan pemasaran, keuangan, manajemen, hukum, serta manfaat proyek bagi ekonomi nasional (Jumingan, 2011:4).

Mengingat besarnya ketidakpastian keadaan di masa yang akan datang, maka perlu adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam studi kelayakan ada beberapa aspek yang perlu diteliti dan dikaji kelayakannya sehingga nantinya hasil dari studi tersebut digunakan sebagai dasar untuk memutuskan apakah usaha tersebut tetap layak atau tidak layak dijalankan atau ditunda untuk sementara waktu. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang “Analisis Studi Kelayakan Keberlangsungan Usaha pada Bengkel Las Alta”.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Menurut

Sugiyono (Manurung, 2018:40), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode ini digunakan untuk menggambarkan pencapaian kinerja Bengkel Las Alta yang ditinjau dari aspek *nonfinancial* dan aspek *financial*. Analisis data menggunakan metode triangulasi sumber untuk melihat kelayakan aspek non financial dan perhitungan *Payback Period*, *Net Present Value*, dan *Internal Rate Of Return* untuk melihat kelayakan aspek financial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Non-Financial

Aspek *nonfinancial* merupakan aspek pengembangan usaha yang berkaitan dengan aspek selain keuangan pada Bengkel Las Alta. Menurut Kasmir dan Jakfar (Inayah, 2017:18), menyatakan bahwa penilaian masing-masing aspek harus dinilai secara keseluruhan bukan berdiri sendiri. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan *nonfinancial* meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, serta aspek manajemen dan organisasi. Tujuan dari analisis aspek *nonfinancial* yaitu untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca, diinterpretasikan yang seringkali menggunakan analisa deskriptif sebagai alatnya termasuk menggunakan metode triangulasi sumber.

Berdasarkan penelitian menggunakan metode triangulasi sumber terkait aspek nonfinancial yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek teknis

maka dapat disajikan hasil kajian

sebagai berikut:

Tabel 1
Analisis Triangulasi Kelayakan Aspek Non Finansial Bengkel Las Alta

NO	PERTANYAAN	INFORMAN	POLA
PRODUCT (PRODUK)			
1	Jenis produk apa yang ditawarkan pada usaha pengelasan ini?	1. Produknya seperti pagar, kanopi, dan trali jendela.	Usaha ini memiliki beragam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas, yaitu kanopi, pagar, dan trali jendela.
		2. Produk seperti pagar hollow, pagar stainless, kanopi, dan trali jendela.	
2	Apakah produk yang ditawarkan memiliki keunggulan? Dalam hal apa?	1. Ya. Dalam hal pemilihan baku dan pengelasan karena mesin yang digunakan, sehingga daya tahannya lama.	Produk ini memiliki keunggulan pada bahan bakunya yang berkualitas sehingga menghasilkan produk yang memiliki daya tahan lebih kuat.
		2. Ya. Bahan yang digunakan memiliki bahan yang kualitasnya bagus dan daya tahan yang lama.	
3	Apakah produk ini memiliki design yang menarik dan berbeda dibanding pesaing?	1. Designnya hanya dibuat sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk dikatakan menarik, produknya standard seperti pada umumnya.	Design yang dibuat pada usaha ini sesuai dengan keinginan konsumen dan juga memiliki design yang cukup modern.
		2. Ya, karena design yang dipilih adalah design-design yang modern sehingga berbeda dengan usaha sejenisnya.	
4	Apakah produk yang dihasilkan memiliki daya tahan yang lama?	1. Ya, karena bahan yang digunakan bahan yang standar dan pengelasan standar.	Produk ini memiliki daya tahan yang lama karena pemilihan bahan baku yang berkualitas dan pengelasan yang baik.
		2. Untuk daya tahannya tergantung dari bahan baku yang dipakai, tetapi rata-rata memiliki daya tahan yang cukup lama terutama bahan stainless	
PLACE (LOKASI)			

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
1	Bagaimana kondisi lokasi bengkel las ini, apakah mudah dijangkau oleh masyarakat yang menggunakan sarana transportasi umum?	1.Mudah dijangkau karena hanya berjarak sekitar 200m dari jalan poros.	3.Lokasinya masih masuk ke dalam lorong, namun dapat dijangkau dengan transportasi umum.	Untuk jangkauan lokasi, masih dapat dijangkau karena letaknya hanya sekitar 200m dari jalan poros.
		2.Lokasinya mudah dijangkau dengan kendaraan umum.	4.Mudah dijangkau dan memiliki lokasi yang sangat luas.	
2	Apakah lokasi ini dapat dilihat dengan jelas atau berada di tepi jalan?	1.Kurang terlihat jelas karena lokasinya terlatak di dalam lorong, namun nantinya akan di bantu dengan menggunakan papan nama.	3.Untuk terlihat lokasinya dapat terlihat namun tidak diketahui oleh orang terkait keberadaan usaha ini.	Lokasi ini tidak berada di tepi jalan, namun masih dapat terlihat dari jalan poros.
		2.Lokasi ini dapat dilihat dengan jelas namun tidak berada di tepi jalan.	4.Ya, lokasinya dapat dilihat dari jalan poros.	
3	Apakah lokasi ini berada di tempat keramaian atau di tempat kendaraan berlalu lalang lalu lintas umum?	1.Untuk lokasi bengkelnya sendiri masih berjarak 200m dari jalan poros tempat kendaraan berlalu lalang.	3.Lokasi ini hanya dilewati kendaraan yang memiliki kepentingan, seperti warga sekitar ataupun kendaraan yang mengambil galian.	Letak lokasi ini berjarak 200m dari tempat kendaraan berlalu lalang.
		2.Untuk tempat kendaraan berlalu lalang masih sekitar 200m dari jalan poros.	4.Lokasinya berada di tempat yang ramai namun tidak dilalu kendaraan berlalu lalang.	
4	Apakah lokasi ini menyediakan tempat parkir yang luas dan aman?	1.Ya. Area bengkel las ini sangat luas dan sangat aman karena masih banyak lahan kosong di sekitarnya.	3.Lokasinya luas dan aman karena tidak ada orang yang mengganggu	Area bengkel ini memiliki tempat parkir yang cukup luas dan aman, karena masih banyak lahan yang kosong.
		2.Ya, karena disekitar lokasi ini masih banyak tanah yang belum ditempati membangun sehingga dapat memarkirkan kendaraan dimana saja	4.Ya. Lokasinya sangat luas dan nyaman untuk merencanakan segala sesuatu yang dipesan oleh pelanggan.	
5	Apakah lokasi ini dapat diperluas untuk pengembangan usaha dikemudian hari?	1.Ya, sangat bisa karena lahan yang dimiliki masih ada yang kosong.	3.Ya, jika memiliki modal lebih karena lokasi ini masih cukup luas dan bagus untuk dilakukan perluasan usaha.	Dapat dilakukan ekspansi pada usaha ini karena lahan yang dimiliki cukup luas.
		2.Untuk perluasannya masih dapat dilakukan jika karena lokasinya masih terdapat lahan kosong.	4.Ya, sangat mendukung dengan luas kurang lebih 30m x 20m dan memiliki halaman.	

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
6	Apakah terdapat pesaing disekitar lokasi ini? Seberapa jauh letak lokasi usaha ini dengan usaha sejenis?	1.Tidak ada. Jarak dengan usaha lainnya kurang lebih 1km.	3.Tidak. Jarak dengan pesaing kurang lebih 1km.	Tidak terdapat pesaing di daerah tersebut. Jarak dengan pesaing kurang lebih 1km.
		2.Tidak ada pesaing disekitar lokasi usaha ini.	4.Tidak ada pesaing di daerah tersebut	
7	Apakah lokasi ini memiliki izin usaha?	1.Belum. Izinnya masih dalam proses, agar dapat diletakkan papan nama di tepi jalan poros.	3.Belum ada.	Usaha ini belum memiliki izin usaha, namun perizinannya sedang diproses.
		2.Belum ada.		
PRICE (HARGA)				
1	Apakah harga yang diberikan cukup terjangkau?	1.Ya. Harga yang diberikan standar, sesuai dengan kesepakatan dengan konsumen.	3.Harganya cukup terjangkau, tidak mahal dan tidak sesuai dengan harga pasaran.	Harganya masih terjangkau, sesuai dengan kemampuan konsumen.
		2.Ya. Harganya terjangkau dan mengikuti harga pasar.	4.Untuk harganya sangat terjangkau.	
2	Apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produknya?	1.Ya. Karena bahan yang digunakan bukan bahan yang tipis melainkan bahan yang standar bahkan pengelasannya pun standar.	3.Ya, karena tidak mungkin untuk menawarkan barang jika kualitasnya tidak bagus sehingga untuk harganya sesuai dengan kualitas.	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan karena produk ini menggunakan bahan yang dan proses pengelasan yang berstandar.
		2.Ya. Karena harga yang diberikan cukup terjangkau namun tetap mempunyai kualitas yang bagus.	4.Ya, karena bahan yang digunakan merupakan bahan yang bagus serta ada jaminan 5% dari harga bayar jika kualitas produknya kurang bagus.	
3	Bagaimana persaingan harga yang ditawarkan dibanding pesaing lainnya?	1.Untuk harga yang ditawarkan biasanya selisih 100.000 dengan pesaing. Pemilik memberikan harga yang sedikit lebih tinggi dibanding pesaing karena bahan yang digunakan lebih tebal dari usaha sejenisnya.	3.Harga yang ditawarkan oleh pesaing lebih murah agar produknya dapat terjual.	Harga yang ditawarkan masih dikisaran rata-rata karena ada harga yang sedikit lebih tinggi dan ada yang sedikit lebih rendah dibanding dengan pesaing namun dengan kualitas dan bahan yang lebih tebal dari usaha sejenisnya.
		2.Untuk harga yang diberikan sesuai dengan rata-rata harga pasaran bengkel las.	4.Harga yang ditawarkan di bawah rata-rata harga yang ditawarkan oleh pesaing.	
4	Apakah manfaat barang yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan?	1.Ya. Karena kualitas dan ketahanannya bagus sebagai salah alat pengaman sehingga	3.Sesuai, dilihat dari ketahanannya sebagai pengaman dan berdasarkan	Harga yang diberikan sesuai karena manfaatnya sebagai salah satu pengaman

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
		sesuai dengan harga yang akan dikeluarkan.	bahan baku yang dipakai.	yang memiliki ketahanan yang cukup bagus.
		2. Ya, karena harganya sesuai dengan produk yang dihasilkan	4. Ya, harga yang diberikan sesuai dengan manfaatnya sebagai salah satu pengaman terlebih karena ketahanan produknya bagus.	
PROMOTION (PROMOSI)				
1	Bagaimana cara mempromosikan hasil produksi?	1. Promosi dilakukan dengan membuat produk sebaik dan semaksimal mungkin, sehingga orang tertarik terhadap produk tersebut. kadang dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui koneksi kerabat.	3. Biasanya dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui koneksi, kemudian ditawarkan untuk datang melihat secara langsung produk yang ada.	Promosi dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui koneksi dari pemilik usaha dan karyawan.
		2. Dengan menawarkan produk yang dibutuhkan oleh calon konsumen.	4. Promosi dilakukan dengan memasuki perusahaan yang berjalan di dunia kontraktor dan memberikan harga yang terjangkau.	
2	Berapa kali promosi yang dilakukan dalam sebulan?	1. Jika ada produk yang selesai, sekitar 3-5 kali	3. Promosinya dilakukan setiap ada hasil produk, kurang lebih 3 kali.	Untuk promosi dilakukan kurang lebih 3 kali dan setiap ada produk yang selesai dalam sebulannya.
		2. Tergantung dari produk yang dihasilkan, karena promosinya dilakukan setelah ada produk baru yang diselesaikan.		
3	Apakah promosi yang dilakukan mempengaruhi jumlah penjualan?	1. Ya, karena setiap ada promosi maka akan ada permintaan baru.	3. Ya, karena setelah melakukan promosi maka orang yang ditargetkan tertarik untuk melakukan pemesanan.	Promosi yang dilakukan mempengaruhi penjualan karena setiap ada promosi maka akan muncul permintaan baru.
		2. Ya, karena setelah ada produk yang jadi maka akan dilakukan promosi lagi untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan permintaan.	4. Ya, karena saat ini penjualan mereka diminati produksinya.	

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
4	Berapa rentang waktu yang digunakan perusahaan untuk melakukan promosi?	1.Tergantung dari produk yang dihasilkan. Jika ada maka akan dilakukan promosi, jika tidak maka tidak dilakukan promosi.	3.Jika dalam seminggu ada produk jadi maka akan dilakukan lagi promosi.	Tidak ada rentang waktu yang ditentukan karena promosi dilakukan berdasarkan hasil produksi, sehingga jika ada produk yang selesai maka akan dilakukan promosi.
		2.Tidak ada rentang waktunya, karena promosi dilakukan saat ada produk yang selesai diproduksi.		
5	Apakah promosi yang dilakukan mencapai target yang telah ditetapkan oleh bengkel las ini?	1.Usaha ini tidak menargetkan penjualan dan hanya mengikuti permintaan yang ada.	3.Tidak ada target yang ditetapkan untuk usaha ini.	Tidak ada target yang ditentukan pada usaha ini karena hanya mengikuti permintaan yang ada.
		2.Tidak ada target yang ditentukan dalam usaha ini.		
ASPEK TEKNIS				
1	Apakah lokasi usaha ini termasuk lokasi yang aman dan nyaman untuk usaha pengelasan?	1.Ya, aman dan nyaman. Karena disekitar lokasi ini warganya hanya sedikit sehingga tidak mengganggu sekitar dan juga luas untuk melakukan proses produksi.	3.Ya. Karena bukan di tempat keramaian sehingga tidak banyak mengalami gangguan saat melakukan proses produksi.	Lokasi ini termasuk lokasi yang aman dan nyaman karena penduduk di sekitarnya terbilang sedikit, sehingga tidak begitu mengganggu warga sekitar saat melakukan produksi.
		2.Ya, karena posisinya cukup dekat dengan jalan poros dan tidak terlalu banyak warga disekitar lokasi ini.		
2	Apakah lokasi ini cukup strategis untuk menjalankan bengkel las ini?	1.Untuk letaknya cukup strategi untuk proses produksi karena lokasinya luas dan aman dan nyaman, serta tidak begitu mengganggu warga sekitar.	3.Untuk letak untuk menjalankan proses produksi lokasi ini cukup strategis, karena belum banyak orang yang tinggal disekitar lokasi ini.	Letak lokasi ini strategis untuk menjalankan proses produksi, lokasi ini cukup baik karena tempatnya yang luas. Selain itu, lokasinya berada di tempat yang masih sedikit dihuni oleh warga sehingga tidak mengganggu kenyamanan warga sekitar.
		2.Bisa dikatakan strategis karena tidak berada di pemukiman warga, sehingga pada proses produksinya tidak akan mengganggu kenyamanan warga disekitar lokasi.		
3	Berapa jumlah produksi yang ditargetkan dalam sebulan?	1.Tidak ada target. Produksi hanya dilakukan berdasarkan pesanan.	3.Tidak ada target, hanya sesuai pesanan.	Pada usaha ini tidak ditargetkan produksinya karena produksi dilakukan berdasarkan pesanan.

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
		2.Untuk produksi jarang ditargetkan karena hanya berdasarkan pesanan yang ada.		
4	Berapakah pesanan yang diterima dari konsumen?	1.Rata-rata perbulan sekitar 3-4 produk dengan customer yang berbeda. 2.Untuk rata-rata pemesanannya perbulan kadang 2-5 produk dari konsumen yang berbeda-beda.	3.Kurang lebih ada 5 pesanan dari konsumen yang berbeda-beda	Untuk pesanan yang diterima, kira-kira 3-5 produk dengan konsumen yang berbeda dalam waktu sebulan.
5	Apakah usaha ini mengalami kendala dalam proses produksinya?	1.Ada. Kendalanya kadang karena ketersediaan bahan baku. 2.Ya, kadang ada yang salah dalam pengukuran, salah dalam pengecatan dan juga pengecatannya berantakan.	3.Ya. Dalam pengukuran dan pemotongannya terkadang salah.	Kendala yang dialami saat proses produksi seperti tidak tersedianya bahan baku saat dibutuhkan dan kesalahan dalam pengukuran.
6	Apakah alat produksi yang digunakan pada usaha ini merupakan alat yang <i>modern</i> ? Apa saja alatnya?	1.Ya. Seperti mesin las dan gurinda 2.Ya, seperti gurinda dan mesin las.	3.Ya. Seperti Argon, mesin las, dan gerinda.	Pada proses produksi menggunakan alat yang modern, seperti mesin las, argon, dan gurinda.
7	Apakah lokasi ini layak digunakan untuk proses produksinya?	1.Ya. Karena lokasinya luas sehingga tidak mempersulit dalam proses produksi. 2.Layak, karena tempatnya cukup luas sehingga tidak mempersulit saat melakukan proses produksi.	3.Ya, layak. Lokasi ini cukup luas dan bebas untuk melakukan proses produksi dan tidak mengganggu warga.	Lokasi ini layak digunakan untuk proses produksi karena lokasinya luas sehingga tidak mempersulit saat proses produksi.
PLANNING (PERENCANAAN)				
1	Bagaimana pemilihan kategori karyawan pada usaha tersebut? Apakah harus memiliki sertifikat atau ada standar kelulusan lainnya?	1.Tidak ada kategori yang ditentukan, pemilik hanya melihat dari <i>attitude</i> calon karyawan. 2.Untuk kategori tidak ditentukan karena yang diterima hanya berdasarkan kenalan dan kerabat.	3.Tidak ada kategori yang ditentukan. Biasanya karyawan dipilih berdasarkan orang yang sudah dikenal.	Pada usaha ini, tidak ditentukan kategori atau kriteria karyawan. Karyawan yang dipilih biasanya adalah orang yang dikenal dan memiliki <i>attitude</i> yang baik.
2	Apakah dilakukan pemberian pelatihan kepada karyawan baik yang sudah bekerja ataupun sebelum karyawan bekerja?	1.Pelatihan dilakukan seiring dengan berjalannya pekerjaan.	3.Ya. Saat bekerja diberikan pelatihan bagaimana cara mengelas, sehingga yang	Pelatihan dilakukan saat melakukan produksi. Jadi saat proses produksi, karyawan langsung diajarkan untuk melakukan

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
			awalnya kurang atau bahkan tidak tahu menjadi tahu cara mengelas.	bagian yang akan dilakukan.
		2.Pelatihan dilakukan saat bekerja, sambil bekerja sambil diajarkan untuk melakukan pekerjaan yang harus dilakukan.		
3	Apakah setiap bulan direncanakan untuk produksi produk-produk tertentu?	1.Tidak ada. Produksi dilakukan saat ada pemesanan.	3.Tidak. Karena produksi dilakukan hanya berdasarkan pesanan.	Untuk produksi produk tertentu tidak dilakukan karena produksi hanya dilakukan sesuai dengan pesanan yang ada.
		2.Tidak ada. Karena produksi hanya dilakukan berdasarkan pesanan.		
4	Apakah ada perencanaan pemasaran yang dilakukan tiap bulannya?	1.Tidak ada. Karena pemasaran dilakukan saat ada produk jadi saja.	3.Kadang dilakukan jika ada produk baru yang dihasilkan.	Tidak ada perencanaan pemasaran. Pemasaran hanya dilakukan saat ada produk yang selesai diproduksi.
		2.Untuk pemasaran lebih ditargetkan dari mulut ke mulut dan koneksi kerabat.		
5	Bagaimana perencanaan pengadaan bahan baku?	1.Tergantung dari produk yang akan dikerjakan, jika ada lalu dilakukan pemesanan bahan baku.	3.Jika ada pemesanan baru dilakukan pemesanan untuk bahan baku.	Pengadaan bahan baku hanya dilakukan saat ada pesanan.
		2.Pengadaan bahan baku hanya akan dilakukan saat ada pemesanan.		
6	Bagaimana perencanaan penjualan dalam bengkel las ini?	1.Menentukan target penjualan, lalu kemudian memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen Dengan menghasilkan produk yang berkualitas agar menarik minat konsumen.	3.Dengan mempromosikan produk yang dihasilkan.	Penjualan dilakukan dengan menentukan target, kemudian melakukan promosi atas produk yang telah dihasilkan.
		2.Dengan melakukan promosi setelah ada produk yang dihasilkan.		
ORGANIZING (PENGORGANISASIAN)				
1	Apakah ada pembagian kinerja?	1.Ya. Untuk setiap pengerjaan produk, karyawan punya tugasnya masing-masing.	1.Ya. Setiap karyawan ditugaskan untuk masing-masing pengerjaannya sesuai keahlian.	Pembagian kinerja disesuaikan dengan keahlian masing-masing karyawan.
		2.Ada. Setiap karyawan punya tugasnya masing-masing dalam proses produksi.		

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
2	Siapa yang bertanggung jawab atas produksi?	1.Pemilik usaha.	3.Pemilik usaha.	Yang bertanggung jawab atas produksi adalah pemilik usaha.
		2.Pemilik usaha, karena jika ada kesalahan pada hasil produksi maka pimpinan yang harus bertanggung jawab langsung kepada konsumen.		
3	Siapa yang bertanggung jawab atas penjualan?	1.Pemilik usaha.	3.Pemilik usaha.	Yang bertanggung jawab atas penjualan adalah pemilik usaha.
		2.Pemilik usaha.		
4	Siapa yang bertanggung jawab atas pengadaan bahan baku?	1.Pemilik usaha.	3.Pemilik usaha.	Yang bertanggung jawab atas pengadaan bahan baku adalah pemilik usaha.
		2.Pemilik usaha.		
ACTUATING (PENGARAHAN)				
1	Apakah ada yang ditugaskan pada setiap pekerjaan untuk mengarahkan proses pengerjaan produk? Siapa mandornya?	1.Ya. Selain pemilik usaha, tukang lasnya ditugaskan juga untuk mengawasi sekaligus melakukan pekerjaannya.	3.Tidak ada, karena pemilik usaha juga terkadang membantu dalam proses pengerjaan.	Yang mengarahkan dalam pengerjaan produk adalah pemilik usaha dan tukang las.
		2.Ada. Pemilik usaha sendiri yang mengarahkan semua proses pengerjaannya.		
2	Apakah terdapat arahan dari pimpinan baik sebelum ataupun sesudah pengerjaan?	1.Setiap pembagian tugas di pagi hari maka diarahkan bagaimana cara melakukan tugas masing-masing karyawan.	3.Ya, dengan memberitahukan cara pengerjaan untuk produk yang akan dikerjakan.	Sebelum melakukan tugas selalu diberikan arahan tentang proses yang akan dilakukan dalam produksi.
		2.Ya, seperti bagaimana harus mengerjakan produksinya baik dari bentuk dan ukurannya.		
3	Apakah pimpinan mampu memotivasi, mengarahkan, mempengaruhi dan berkomunikasi dengan baik dengan karyawan?	1.Ya. Jika ada waktu kosong maka diadakan sharing dan pengarahan untuk proses yang dilakukan serta mempelajari karakter tiap karyawan sehingga mampu berkomunikasi dengan baik.	3.Ya, karena karyawan dan pemilik usaha diusahakan setara saat bekerja sehingga tidak ada batasan dalam komunikasi.	Pemilik usaha mampu mengarahkan dengan baik, dengan adanya sharing sehingga pemilik usaha dan karyawan komunikasinya berjalan dengan baik.
		2.Ya. Dengan menunjukkan bahwa pimpinannya tegas namun tidak menekan karyawan, sehingga karyawan boleh bebas mengutarakan pendapat.		
CONTROLLING (PENGAWASAN)				

NO	PERTANYAAN	INFORMAN		POLA
1	Apakah pimpinan melihat detail dari tiap proses produksi hingga produknya selesai dikerjakan?	1.Ya. Karena itu merupakan tanggung jawab dari pimpinan jika ada terjadi kesalahan atau pun ketidaksesuaian pada hasil produksi.	3.Ya, agar tidak terjadi kesalahan saat proses produksi.	Pimpinan selalu melihat detail proses produksi untuk menghindari kesalahan pada saat proses produksi.
		2.Ya. Untuk memastikan bahwa prosesnya produksinya sesuai dengan		
2	Apakah hasil produksinya sesuai dengan pesanan?	1.Ya. Untuk meminimalisir biaya tambahan yang akan muncul jika terjadi kesalahan.	3.Ya, karena jika tidak sesuai maka akan menambah biaya lagi untuk melakukan perombakan.	Produk dibuat sesuai pesanan agar meminimalisir biaya tambahan yang akan dikeluarkan jika terjadi kesalahan.
		2.Ya, sesuai dengan keinginan pemesan.		
3	Apakah sering terjadi produksi yang tidak sesuai dengan pesanan? Mengapa demikian?	1.Jarang. Biasanya hanya masalah kesalahan pengukuran.	3.Kadang-kadang, karena terkadang salah ukur saat pengukuran di lokasi konsumen sehingga harus diubah kembali.	Ya, terkadang. Kesalahan produksinya kadang terjadi saat melakukan pengukuran, sehingga pengukuran di lokasi dan hasil produksi menjadi berbeda.
		2.Ya kadang terjadi, karena terkadang saat mengukur hasil dari ukuran tersebut tidak semua hasilnya sama dan terkadang juga hasil pengukuran sebelum produksinya salah sehingga harus dirombak ulang.		

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis triangulasi dengan melihat pola jawaban informan 1 sampai dengan 4 maka dapat disimpulkan bahwa kinerja nonfinansial Bengkel Las Alta pada aspek pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi telah dikatakan layak. Pada aspek teknis yang meliputi pemilihan lokasi, pemilihan alat dan mesin, dan penentuan skala produksi juga dikatakan layak. Kemudian pada aspek manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan juga telah dikatakan layak. Maka

kelayakan berdasarkan aspek nonfinansialnya dikatakan layak karena telah memenuhi setiap unsur kelayakan.

Analisis Aspek Financial

Aspek financial merupakan aspek yang digunakan untuk menilai kondisi keuangan pada Bengkel Las Alta. Aspek ini termasuk aspek penentu dari suatu studi kelayakan. Adapun aspek yang dinilai meliputi analisis *Payback Period*, analisis *Net Present Value*, dan analisis *Internal Rate Of Return*.

Tabel 2

Ringkasan Keuangan pada Bengkel Las Alta

Keterangan	2019	2020
Penjualan	Rp 213.700.000	Rp 760.150.000
Total Beban Operasional	Rp 155.907.500	Rp 519.165.000
Laba bersih	Rp 57.792.500	Rp 240.985.000
Total Aset Lancar	Rp 15.300.000	Rp 64.735.000
Total Aset Tetap	Rp 129.112.500	Rp 160.662.500
Total Aset	Rp 144.412.500	Rp 225.397.500
Total Kewajiban + Ekuitas	Rp 144.412.500	Rp 225.397.500
Arus Kas Aktivitas Operasi		Rp 258.322.500
Arus Kas Aktivitas Investasi		-Rp 49.300.000
Arus Kas Aktivitas Pendanaan		-Rp 160.000.000
Arus Kas Bersih		Rp 49.022.500

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 2 menunjukkan bahwa pendapatan tertinggi yang diterima oleh Bengkel Las Alta adalah pada tahun 2020 di mana pendapatan tersebut meningkat dari tahun sebelumnya. Begitu pula dengan laba yang diperoleh mengalami peningkatan yang cukup tinggi di tahun 2020. Kemudian total aset yang dimiliki oleh Bengkel Las Alta juga terus mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Adapun dapat dilihat bahwa arus kas masuk yang diperoleh oleh perusahaan hanya berasal dari aktivitas operasional, sedangkan untuk aktivitas investasi dan aktivitas pendanaan tidak menimbulkan arus kas. Namun pada arus kas pendanaan yang berupa prive, dapat dilihat bahwa pengambilan pribadi yang dilakukan oleh pemilik usaha cukup besar sehingga akan berdampak pada keuntungan yang akan diperoleh oleh usaha tersebut.

Analisis *Payback Period*

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Kas bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Rp 144.412.500}}{\text{Rp 49.022.500}} \times 1 \text{ tahun}$$

Payback Period adalah suatu metode berapa lama investasi akan kembali atau periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (initial cash investment) dengan jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan (cash flow) secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Secara singkat rumus untuk menghitung Payback Period (PBP) adalah sebagai berikut (Husna & Suprapti, 2021:664). Payback period merupakan suatu metode untuk mengetahui lamanya waktu pengembalian investasi pada Bengkel Las Alta dalam waktu tertentu. Diketahui nilai investasi awal pada usaha Bengkel Las Alta sebesar Rp 144.412.500 dengan aliran kas bersih sebesar Rp49.022.500, maka untuk mengetahui waktu pengembalian modal pada Bengkel Las Alta dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Payback period = 2,94/ 2 tahun dan 9 bulan

Berdasarkan perhitungan untuk *payback period* bernilai 2,94. Dalam hal ini, perkiraan untuk pengembalian modal pada usaha Bengkel Las Alta, yaitu 2 tahun dan 9 bulan.

Kriteria penilaian:

- a) Nilai *payback period* < 3 tahun, pengembalian modal usaha dikategorikan cepat.
- b) Nilai *payback period* 3-5 tahun, kategori pengembalian sedang.
- c) Nilai *payback period* > 5 tahun, kategori pengembalian lambat.

Analisis Net Present Value

Net present value merupakan perkiraan arus kas masa mendatang yang disesuaikan dengan arus kas pada saat ini pada Bengkel Las Alta. Hal ini berkaitan dengan nilai uang yang mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Diketahui

besarnya investasi awal pada usaha Bengkel Las Alta sebesar Rp 136.620.000 dengan aliran kas bersih per tahun sebesar Rp 49.022.500 dan besarnya tingkat keuntungan yang diharapkan yaitu 30% maka perhitungan Net Present Value (NPV) pada usaha Bengkel Las Alta adalah sebagai berikut:

$$NPV = \frac{Ct_1}{(1+r)^1} + \frac{Ct_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Ct_5}{(1+r)^5} - C_0$$

Keterangan:

NPV : Net Present Value (dalam Rupiah)

Ct : Arus Kas Pertahun Pada Periode t

C₀ : Nilai Investasi Awal pada tahun ke 0 (dalam rupiah)

r : tingkat pengembalian

$$NPV = \frac{Rp\ 49.022.500}{(1+0,2)^1} + \frac{Rp\ 49.022.500}{(1+0,2)^2} + \frac{Rp\ 49.022.500}{(1+0,2)^2} + \frac{Rp\ 49.022.500}{(1+0,2)^2} + \frac{Rp\ 49.022.500}{(1+0,2)^5} - Rp\ 136.620.000$$

$$NPV = Rp\ 40.852.083 + Rp\ 34.043.403 + Rp\ 28.369.502 + Rp\ 23.641.252 + Rp\ 19.701.043 - Rp\ 136.620.000$$

$$NPV = Rp\ 146.607.284 - Rp\ 136.620.000$$

$$NPV = Rp\ 9.987.284$$

Kriteria NPV:

NPV > 0, maka investasi layak secara finansial.

NPV < 0, maka investasi tidak layak secara finansial.

NPV = 0, maka investasi berada pada posisi titik impas (Break Even Point).

Berdasarkan hasil perhitungan dan kriteria Net Present Value, maka investasi pada Bengkel Las Alta dapat dikatakan layak secara finansial karena nilai NPVnya lebih besar dari 0 dengan nilai sebesar Rp 9.987.284.

Analisis Internal Rate Of

Return

Internal rate of return merupakan besarnya persentase tingkat pengembalian tahunan yang diharapkan dalam suatu investasi pada Bengkel Las Alta. Diketahui laba usaha pada Bengkel Las Alta adalah sebesar Rp 57.792.500 dan

Modal usahanya Rp 136.620.000, kemudian tingkat bunga dari investasi yang diharapkan, yaitu sebesar 20%, sehingga untuk mengetahui berapa tingkat investasi pada usaha Bengkel Las

Alta dilakukan perhitungan sebagai berikut berdasarkan rumus IRR menurut Sunyoto (Siama dkk, 2020:203) sebagai berikut::

$$IRR = \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

$$IRR = \frac{\text{Rp } 57.792.500}{\text{Rp } 136.620.000} \times 100\%$$

$$IRR = 23\%$$

Kriteria IRR:

IRR > i, maka layak secara finansial.

IRR < i, maka investasi tidak layak secara finansial.

IRR= i, maka investasi berada pada posisi titik impas (Break Even Point).

Sesuai dengan hasil perhitungan yang dilakukan dengan kriteria penilaian IRR, maka kelayakan pada Bengkel Las Alta dapat termasuk dalam kriteria layak karena nilai IRRnya lebih besar dari 20% yakni sebesar 23%.

Berdasarkan hasil analisis pada

aspek finansial yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Bengkel Las Alta layak dari segi finansialnya. Sehingga penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2021 disebabkan bukan oleh masalah finansialnya namun karena adanya pandemi Covid 19.

PEMBAHASAN

Kelayakan Usaha Bengkel Las Alta Berdasarkan

Aspek *Non-Financial*

Analisis kelayakan berdasarkan aspek nonfinancial terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek teknis pada Bengkel Las Alta telah memenuhi kelayakan untuk dilanjutkan usahanya.

Aspek pasar dan pemasaran menurut Kasmir dan Jakfar (Putri, 2020:23), memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang dan bagaimana

strategi pemasaran yang harus dilakukan. Pada aspek pasar dan pemasaran digunakan bauran pemasaran sebagai faktor penentu layak tidaknya usaha pada Bengkel Las Alta. Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (Suryaningsih, 2021:10) adalah : Sekumpulan alat pemasaran (marketing mix) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran, yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dikonsumsi serta dapat memuaskan keinginan pemakainya baik berbentuk fisik maupun tidak. Hal tersebut dapat diukur berdasarkan keragaman produk, merek produk, kualitas produk, dan

desain produk. Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, pada Bengkel Las Alta terdapat empat jenis produk yang ditawarkan, yaitu kanopi, pagar, railing, dan trali jendela. Produk yang diproduksi ini memiliki keunggulan pada bahan bakunya, sehingga produk yang dihasilkan memiliki daya tahan yang kuat. Hal tersebut didukung pula oleh standar pengelasan yang dilakukan oleh Bengkel Las Alta. Pada produk ini jugamemiliki design yang menarik dan modern sesuai dengan permintaan konsumen.

Aspek nonfinansial selanjutnya berdasarkan bauran pemasaran yakni faktor lokasi. Lokasi adalah tempat terjadinya produksi maupun pertukaran barang atau jasa. Pemilihan lokasi dapat berpengaruh pada keberhasilan suatu usaha. Adapun faktor penentu lokasi, yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, persaingan, dan peraturan pemerintah. Sesuai dengan hasil analisis triangulasi dapat disimpulkan bahwa lokasi Bengkel Las Alta masih dapat dijangkau karena letaknya hanya sekitar 200 meter dari jalan poros dan tempat kebanyakan orang berlalu-lalang. Meskipun lokasi usaha ini tidak berada di tepi jalan namun masih dapat terlihat dari jalan poros. Pemilihan lokasi ini juga masih sangat strategis karena kondisi lokasi cukup luas dan masih memiliki lahan kosong untuk tempat parkir. Tersedianya lahan kosong juga memberikan kemungkinan bagi Bengkel Las Alta untuk melakukan ekspansi atau perluasan usaha di waktu yang akan datang. Terlebih lagi, disekitar lokasi tersebut belum ada pesaing dengan usaha sejenisnya dalam jarak yang dekat. Namun Bengkel Las Alta masih kurang dalam izin usaha karena izin usahanya masih dalam proses pengurusan.

Faktor berikutnya yakni harga. Harga adalah nilai moneter atas barang dan jasa yang dipertukarkan antar satu pihak dan pihak lainnya. Harga menjadi penentu bagi permintaan pasar. Adapun indikator yang digunakan adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan oleh Bengkel Las Alta masih dapat dijangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen. Untuk kesesuaian harga dan kualitas yang diberikan juga sudah sesuai karena bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan-bahan dengan standar yang berkualitas. Adapun harga yang ditawarkan masih dapat disesuaikan dengan harga pasar di mana terdapat harga yang sedikit lebih tinggi dan adapula yang sedikit lebih rendah dibanding dengan pesaing namun dengan kualitas dan bahan yang lebih tebal dari usaha sejenisnya. Kemudian harga yang diberikan juga sudah cukup sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen oleh karena salah satunya fungsinya, yaitu sebagai pengaman.

Faktor penting lainnya dalam hal kelayakan usaha yakni promosi. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan barang dan jasa kepada konsumen atau calon konsumen. Promosi dilakukan oleh Bengkel Las Alta dengan cara menyampaikan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) ketika produk dihasilkan dan disalurkan ke konsumen, di mana produk tersebut secara tidak langsung akan menjadi perhatian bagi masyarakat lainnya di sekitar konsumen. Selain itu, promosi juga dilakukan dengan menggunakan relasi atau hubungan kekerabatan. Promosi yang dilakukan dalam waktu sebulan bisa mencapai 3 sampai 5 kali tergantung banyaknya produk yang selesai

diproduksi. Usaha ini juga tidak melakukan kegiatan promosi lain seperti pengiklanan, undian, pameran, dan lain sebagainya.

Aspek teknis dan produksi merupakan aspek yang berhubungan dengan pembangunan proyek yang direncanakan, baik dari lokasi, kapasitas produksi, proses produksi, penggunaan alat yang digunakan, dan keadaan lingkungan yang berhubungan dengan kegiatan produksi (Avilla, 2018:14). Faktor yang mempengaruhi dalam hal ini meliputi pemilihan lokasi pabrik, penentuan skala produksi yang optimal, pemilihan mesin dan peralatan, dan penentuan layout yang baik. Berdasarkan hasil yang dianalisis dengan menggunakan metode triangulasi, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi Usaha Bengkel Las termasuk dalam lokasi yang aman dan nyaman karena penduduk disekitarnya terbilang sedikit, sehingga keberadaan usaha ini tidak begitu mempengaruhi warga sekitar saat dilakukan produksi. Lokasi ini juga layak digunakan untuk proses produksi karena lokasi tersebut cukup luas, sehingga tidak mempersulit saat proses produksi. Adapun untuk skala produksi yang ditentukan oleh Bengkel Las Alta, yaitu sekitar 3 sampai 5 produk dalam sebulannya dengan konsumen yang berbeda. Pada proses produksinya, Bengkel Las Alta menggunakan mesin-mesin yang modern untuk mempercepat proses produksi seperti mesin las, gurinda, dan mesin argon.

Aspek manajemen dan organisasi digunakan untuk menilai kesiapan sumber daya manusia yang menjalankan suatu usaha serta membuat struktur organisasi sesuai dengan usaha yang dijalankan. Aspek manajemen sangat penting dalam menilai

kelayakan usaha karena sangat berhubungan dengan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam kegiatan usaha.

Dalam rangka pencapaian sasaran atau tujuan suatu bisnis tentunya melalui suatu proses manajemen yang meliputi 4 fungsi manajemen (Sulastri, 2016:92-95) yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Hasil penelitian pada aspek manajemen disimpulkan bahwa, dalam perencanaan sumber daya manusia pada Bengkel Las Alta, pemilik tidak menentukan kategori yang spesifik untuk calon karyawannya seperti memiliki keahlian terlebih dahulu namun lebih menilai kepada attitude dan juga orang yang dikenal oleh pemilik usaha. Hal ini dikarenakan pemilik berorientasi untuk melaksanakan pelatihan kepada karyawan baru yang diterima seiring dengan berjalannya produksi yang dilakukan. Selanjutnya pada proses perencanaan produksi baik dalam bentuk produk, pemasaran, pengadaan bahan baku pada usaha ini dilakukan sesuai dengan permintaan yang masuk dari konsumen. Setelah ada produk yang diselesaikan maka akan diikutsertakan dengan kegiatan promosi sebagai salah satu bentuk dari perencanaan penjualan.

Untuk aspek pengorganisasian berkaitan dengan bagaimana kemampuan Bengkel Las Alta dalam mengatur pekerjaan. Terkait dengan pekerjaan pengelasan, pemilik usaha telah melakukan pembagian kinerja

kepada karyawan sesuai dengan keahliannya masing-masing. Sedangkan pekerjaan lainnya yang berhubungan dengan produksi, penjualan, dan pemesanan bahan baku dilakukan sendiri oleh pemilik usaha.

Pengarahan dalam kegiatan produksi dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha dan juga terkadang dengan bantuan tukang las yang dipercayai. Pemilik usaha melakukan pengarahan terkait pekerjaan-pekerjaan yang akan dilakukan setiap karyawan. Dalam proses tersebut, pemilik usaha juga melakukan sharing bersama karyawan sehingga komunikasi antara pemilik usaha dan karyawan dapat berlangsung baik.

Dalam proses pengawasan, pimpinan selalu melihat detail dari proses produksi. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan pada proses produksi sesuai permintaan konsumen. Adapun pesanan yang dibuat, sebisa mungkin harus sesuai dengan permintaan konsumen agar meminimalisir biaya tambahan yang akan dikeluarkan jika terjadi kesalahan produksi. Meskipun begitu, terkadang masih saja terjadi sedikit kesalahan pada saat proses pengukuran di lokasi dan pada produk jadi.

Kelayakan Usaha Bengkel Las Alta Berdasarkan Aspek *Financial*

Studi mengenai aspek finansial menurut Haming & Basalamah, (2010) merupakan aspek kunci dari suatu studi kelayakan. Dikatakan demikian, karena

sekalipun aspek lain tergolong layak, jika studi aspek finansial memberikan hasil yang tidak layak, maka usulan proyek akan ditolak karena tidak akan memberikan manfaat ekonomi. Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha secara finansial diperoleh hasil bahwa untuk lamanya waktu pengembalian atas modal yang ditanamkan (*payback Period*) pada Bengkel Las Alta masuk pada kategori sangat cepat. Ini menunjukkan bahwa usaha tersebut dari segi waktu pengembalian modalnya sudah sangat layak untuk dijalankan dikarenakan arus kas yang diterima cukup besar sehingga modal yang diterima dapat kembali dengan cepat. Hal ini didasarkan oleh semakin tingginya tingkat pembangunan di Kabupaten Mimika dan banyaknya permintaan atas produk pengamanan seperti pagar, kanopi, dan trali jendela. Adapun dari sisi usaha, jenis usaha ini masih dikatakan terbatas.

Perkiraan arus kas masa mendatang yang disesuaikan dengan arus kas pada saat ini di Bengkel Las Alta diukur dengan *Net Present Value* (NPV) pada Bengkel Las Alta sudah sangat layak. Hal ini dikarenakan nilai arus kas dari investasi yang ditanamkan saat ini dapat kembali melebihi tingkat keuntungan yang diharapkan di masa yang akan datang. Arus kas yang tinggi ini dihasilkan dari aktivitas operasional. Aktivitas ini berkaitan dengan penjualan yang dilakukan oleh bengkel Las Alta. Dengan meningkatnya penjualan akan

berpengaruh pada pendapatan yang diterima, sehingga hal ini dapat berdampak pada keuntungan dalam usaha tersebut.

Selanjutnya dari persentase tingkat pengembalian tahunan yang diharapkan dalam investasi diukur dengan *Internal Rate of Return* (IRR) pada Bengkel Las Alta sudah dikatakan layak. Hal ini dikarenakan tingkat pengembalian yang diterima lebih besar dari tingkat pengembalian yang diharapkan. Besarnya tingkat pengembalian yang diterima oleh Bengkel Las Alta disebabkan oleh meningkatnya permintaan akan produk pengaman tersebut, permintaan ini dapat didasarkan oleh kebutuhan masyarakat akan rasa aman pada huniannya. Dengan demikian, adanya permintaan ini juga dapat memberikan laba yang cukup besar pula bagi Bengkel Las Alta.

Dari hasil analisis yang dilakukan membuktikan bahwa kecenderungan penurunan penjualan Bengkel Las Alta dari tahun 2019 ke tahun 2021 terjadi bukan karena adanya masalah pada kelayakan aspek finansial, namun hal ini disebabkan oleh faktor lain yaitu terjadinya pandemi Covid 19, dimana pada saat itu terjadi pembatasan sosial berskala besar sehingga hampir semua usaha menutup aktivitasnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan dari bab sebelumnya, maka ditarik kesimpulan terkait kelayakan

pada Bengkel Las Alta berdasarkan aspek nonfinansial dan aspek finansial sebagai berikut:

1. Kelayakan usaha secara nonfinansial di Bengkel Las Alta dikatakan layak berdasarkan aspek pemasaran, aspek teknis, serta aspek manajemen dan organisasi.
2. Kelayakan usaha secara finansial di Bengkel Las Alta dikatakan layak berdasarkan payback period, net present value, dan internal rate of return.

Dengan demikian permasalahan penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2021 disebabkan oleh aspek lain diluar aspek finansial dan aspek nonfinansial tetapi karena adanya pandemi Covid-19.

SARAN

Adapun saran yang diberikan pada penelitian ini sesuai dengan kesimpulan, adalah sebagai berikut:

1. Kepada pemilik Bengkel Las Alta, agar dapat melakukan promosi lainnya seperti branding di sosial media agar bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat..
2. Kepada pemilik Bengkel Las Alta, agar mempercepat proses perizinan usaha agar boleh meletakkan papan nama di depan jalan utama menuju Bengkel Las Alta.
3. Kepada pemilik Bengkel Las Alta, agar membuat laporan keuangan sehingga dapat memudahkan pemilik dalam melakukan perhitungan arus kas yang masuk dan keluar disetiap tahunnya, dengan demikian pemilik juga dapat mengendalikan pengambilan

pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Avilla, D. (2018). *Studi Kelayakan Usaha Es Krim Sayur Brocco Di Kota Pekanbaru*.
- Aziz, A., Silvia, P., Sutikno, Yanti, V. D., Jannah, S. N., & Purnama, N. (2017). *Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Perencanaan Usaha (Studi Kasus Kedai Kopi Robusta di Kota Surabaya)*. 67–77. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/65>
- Haming, M., & Basalamah, S. (2010). *Studi Kelayakan Investasi Proyek & Bisnis*. PT. Bumi Aksara.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. FEBI UIN-SU Press.
- Husna, A. S., & Suprapti, I. (2021). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UD. Tajul Anwar Jaya Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(3), 660–673. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agricience/article/download/11068/pdf>
- Inayah, W. (2017). *Analisis Kelayakan Usaha Produk Bioteknologi Pertanian (Studi Kasus Pada PT. Mulyo Agro Bioteknologi di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)* [Universitas Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/36327/>
- Jumingan. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*. PT. Bumi Aksara.
- Khamaludin, Juhara, S., & Sodikin. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten). *Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknik*, 6(1), 1–7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33592/unistek.v6i1.164>
- Manurung, R. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Bukopin Tbk, Cabang Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Bagian Marketing PT. Bank Bukopin Tbk, Cabang Bandung Melalui Produk “Wealth Management” Dalam Menarik Minak Konsumen)* [Universitas Komputer Indonesia Bandung]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/334/>
- Nainggolan, F. (2015). *Analisis Kelayakan Usaha Anyaman Lidi Di Kabupaten Mimika (Studi Kasus Pada Usaha Kerajinan Tangan Masyarakat Nawaripi)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan Timika.
- Nuraeni, R. (2019). *Analisis Kelayakan UMKM Mebel Berdasarkan Aspek-aspek Kelayakan Bisnis* [Universitas Pelita Bangsa Bekasi]. https://repo.pelitabangsa.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2515/1590608419322_SKRIPSI_RANIH_BISMILLAH_copy_page-Copy2_pdf.pdf
- Ozi, M. D. A. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha Tahu Mandiri Desa Kotangan Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang* [Universitas Medan Area]. [https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/11619/1/148220059 - Muhammad Deaprama Aydraozi - Fulltext.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/11619/1/148220059-Muhammad_Deaprama_Aydraozi-Fulltext.pdf)
- Pasamangi, I. H. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis (Bonbon Factory)* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado]. http://repositori.iain-manado.ac.id/166/1/SKRIPSI_IIS_HASRINA_PASAMANGI.pdf
- Purnomo, R. A., Riawan, & Sugianto, L. O. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Unmuh Ponorogo Press.
- Puspitaningrum, I. (2021). *Pengaruh Persepsi Pelaku UMKM, Tingkat Pendidikan, Dan Umur Usaha Terhadap Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK-EMKM (Studi Pada UMKM Industri Se-Kabupaten Ponorogo)* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/6603>
- Putri, N. A. (2020). *Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten*

- Bandung*) [Universitas Padjadjaran Jatinangor]. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Siama, A., Lanuhu, N., Diansari, P., Rukmana, D., & Saadah. (2020). Analisis Kelayakan Agrowisata (Studi Kasus Pada Ghitari Coffee Plantation di Lembang Kaero Kecamatan Sangalla' Kabupaten Tana Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 199–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.20956/jsep.v16i2.8410>
- Sulastri, L. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha. In *LaGood's Publishing*.
- Suryaningsih, E. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek "Cheers" Pada Cv. Darma Putra Wijaya Di Samarinda* [Universitas Mulawarman Samarinda]. [https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/20677/1402095137 Eliya Suryaningsih %3D SKRIPSI.pdf](https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/20677/1402095137%20Eliya%20Suryaningsih%20SKRIPSI.pdf)
- Yusuf, A. (2019). *Analisis Kelayakan Pengembangan Tempe UD Saleh Di Makassar* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar]. <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/handle/123456789/198>