

Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry Di Desa Guwang Kecamatan Sukawati

Business Feasibility Study on Sari Merta Laundry Business in Guwang Village, Sukawati District

Ni Wayan Ari Sudiartini¹, Anak Agung Elik Astari², Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi³ dan Ni Luh Putu Damayanti⁴

¹Program Studi Kewirausahaan Universitas Mahendradatta,
wayan.ari1987@gmail.com

² Program Studi Kewirausahaan Universitas Mahendradatta,
angel0n3arth@gmail.com

³ Program Studi Kewirausahaan Universitas Mahendradatta,
suksmajaya@gmail.com

⁴Program Studi Kewirausahaan Universitas Mahendradatta,
damayanti7312@gmail.com

Info Artikel

Diterima, 15 Januari 2021

Direvisi, 9 Juni 2021

Dipublikasi, 15 Juni 2021

Kata Kunci:

Studi Kelayakan Bisnis, SWOT, Usaha Laundry

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan usaha laundry menyebabkan tingginya tingkat persaingan seperti yang terjadi pada usaha Sari Merta Laundry di Desa Guwang Kecamatan Sukawati. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan usaha Sari Merta Laundry ditinjau dari aspek non finansial dan aspek finansial. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan aspek non finansial (aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia) dari usaha Sari Merta Laundry adalah layak walaupun ditemukan beberapa kelemahan. Aspek finansial menunjukkan Sari Merta Laundry layak karena $NPV > 0$ dan bernilai positif yakni Rp.10.244.159. $IRR >$ suku bunga bank umum yakni 17,47%. $Payback\ Period <$ umur investasi yakni 3,2 tahun. $PI > 1$ yakni 1,18. Hasil analisis SWOT menunjukkan Sari Merta Laundry berada pada Kuadran I yang mendukung strategi pertumbuhan agresif.

Keywords : *Maximum**Feasibility Study Bussines,
Laundry, SWOT*

Abstract

- *The rapid growth of laundry business led to a high level of competition as happened to Sari Merta Laundry business in Guwang Village, Sukawati District. The purpose of this research is to find out the feasibility of Sari Merta Laundry business reviewed from non-financial and financial aspects. This research is a type of descriptive research with a qualitative-quantitative approach. The method of data collection is observation, interview, and documentation. The results of the analysis showed that non-financial aspect (market aspects, technical aspects, management aspects and human resources) of Sari Merta Laundry's is feasible although there are some weakness. Financial aspect of Sari Merta Laundry business is feasible, it's because $NPV > 0$ and postitif value is Rp.10.244.159. $IRR >$ bank interest rate is 17.47%. $PP <$ investment age is 3,2 years. $PI > 1$ is 1,18. SWOT analysis showed that Sari Merta Laundry in Quadrant I which supports aggressive growth strategy.*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 membawa dampak yang sangat luar biasa bagi perekonomian Provinsi Bali. Mengutip data dari halaman resmi Badan Pusat Statistik, pertumbuhan ekonomi Provisini Bali pada periode Triwulan I tahun 2020 mengalami kontraksi hingga -1,14%. Pertumbuhan tersebut tercatat sebagai pertumbuhan negatif pertama sejak satu dasawarsa terakhir. Dampak tersebut telah memberikan guncangan besar (*negatif shock*) terhadap perekonomian regional di Bali.

Ketika krisis ekonomi yang melanda Indonesia di era tahun 1998, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu untuk bertahan karena bisnisnya bergerak di sektor riil dan tidak terlalu terpengaruh dibandingkan sektor moneter. Namun per tanggal 16 April 2020 menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali, menunjukkan bahwa sebanyak 18.502 UMKM terkena dampak pandemi Covid 19. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali, I Wayan

Mardiana menyatakan bahwa di tengah situasi pandemi Covid 19, UMKM mengalami situasi sulit yaitu terkendalanya pasokan bahan baku karena sejumlah daerah menerapkan pembatasan sosial, menurunnya permintaan produk dan jasa, serta mengalami kesulitan memperoleh pinjaman modal.

Kemajuan teknologi serta pergeseran gaya hidup menyebabkan layanan jasa laundry menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu untuk mencuci dan menyetrica pakaian. Menurut pernyataan Ketua Umum Asosiasi Laundry Indonesia (ASLI) yakni Wasono Raharjo, bisnis laundry mengalami pertumbuhan sebesar 15-20% per tahun dimana pada tahun 2018 jumlah laundry seluruh Indonesia mencapai 4.000 usaha. Data tersebut menunjukkan bahwa jasa laundry menjadi salah satu bisnis yang cukup diminati para pelaku usaha. Meskipun saat ini sebagian besar laundry mengalami penurunan orderan ditengah situasi pandemi Covid 19 namun Ketua DPD Asosiasi Laundry Indonesia Provinsi Bali yakni Komang Suryandana menyatakan bahwa usaha Laundry masih bertahan dengan mengandalkan orderan laundry kiloan sektor rumah tangga. Saat ini banyak perusahaan menawarkan barang atau jasa yang sama sehingga memicu terjadinya persaingan. Begitu pula yang dialami oleh bisnis laundry di wilayah Desa Guwang Kecamatan Sukawati. Tidak bisa dipungkiri, semakin maraknya bisnis jasa laundry di wilayah Desa Guwang menimbulkan persaingan antar sesama usaha jasa laundry. Dari hasil pengamatan peneliti, jumlah laundry yang tersebar di wilayah Desa Guwang mencapai 13 laundry. Salah satu laundry yang beroperasi di Desa Guwang yakni Sari Merta Laundry yang menawarkan jasa laundry dengan sistem kiloan, telah berdiri sejak 2014 dan beroperasi di Jalan Drupadi, Desa Guwang.

Sebelum munculnya laundry pesaing, usaha Sari Merta Laundry yang pertama kali berdiri dan satu-satunya yang ada di Jalan Drupadi Desa Guwang. Meskipun usaha Sari Merta laundry berada di wilayah perbatasan desa yang dahulu masih dikelilingi areal persawahan, namun seiring berjalannya waktu, lahan persawahan tersebut banyak beralih fungsi menjadi pemukiman penduduk dan fenomena tersebut menjadikan peluang usaha laundry di sekitar Jalan Drupadi Desa Guwang semakin terbuka lebar sehingga menyebabkan munculnya laundry-

laundry baru yang saat ini menjadi pesaing utama bagi Sari Merta Laundry.

Tidak bisa dipungkiri, setiap pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya laundry menginginkan usahanya bertahan dan berkembang dengan baik dari waktu ke waktu. Untuk mencapai tujuan tersebut dalam praktiknya tidaklah semudah yang dibayangkan. Terkadang ada saja hambatan-hambatan dan resiko yang timbul selama bisnis berjalan. Untuk menghindari hal tersebut maka perlu dilakukan sebuah studi kelayakan bisnis. Kasmir dan Jakfar (2003:1) dalam bukunya yang berjudul *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Kedua* menjelaskan bahwa salah satu tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis adalah untuk mencari jalan keluar agar dapat meminimalkan hambatan dan resiko yang mungkin timbul pada masa yang akan datang. Menurut Sutrisno (2015:4) studi kelayakan bisnis akan menjadi dasar untuk menentukan apakah sebaiknya bisnis (investasi) yang akan dijalankan layak untuk dilaksanakan atau sebaliknya tidak layak untuk dilaksanakan. Sutrisno (2015:12) juga menjelaskan bahwa studi kelayakan bisnis secara lengkap menyajikan berbagai aspek yang akan dipelajari meliputi aspek pasar, aspek teknik atau produksi, aspek manajemen, aspek hukum, aspek keuangan, aspek sosial ekonomi, dan aspek lingkungan.

Studi kelayakan bisnis juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengukur kelayakan bisnis (Hani Handoko, 2012:296) dimana analisis SWOT telah banyak dikembangkan untuk menjawab beberapa kelemahan yang muncul dalam proses perancangan-perancangan strategik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marcelly Widya Wardana (2019) yang berjudul *Analisis Kelayakan Usaha Rumah Makan Ayam Jingkrak Dengan Pendekatan SWOT* dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Rumah Makan Ayam Jingkrak dinyatakan layak untuk dijalankan dengan hasil Net Present Value sebesar Rp.8.208.815,76, Internal Rate Of Return sebesar 14,96, Benefit Cost Ratio sebesar 1,068 serta Profitability Ratio yakni sebesar 2,409. Analisis SWOT menempatkan usaha pada kuadran I yang artinya usaha kuat dan berpeluang mengembangkan bisnisnya. Sunyonto (2014) menjelaskan bahwa studi kelayakan bisnis penting dilaksanakan baik pada usaha yang baru maupun kepada perluasan atau pengembangan dari usaha yang telah ada untuk

meminimalisir kegagalan atau kerugian suatu usaha. Adanya persaingan bisnis, situasi pasar yang tidak menentu serta kendala bisnis lainnya juga menjadi faktor-faktor yang mendukung untuk melakukan studi kelayakan bisnis. Jika studi kelayakan merekomendasikan proyek yang akan dikerjakan tidak layak sebaiknya proyek dihentikan. Apabila tetap dilanjutkan perbaiki dulu aspek-aspek yang dinilai tidak layak (Agus Sucipto, 2011:7). Mengenai kelayakan usaha Sari Merta Laundry setelah ditinjau dari aspek-aspek yang ada dalam studi kelayakan bisnis yakni dari segi aspek keuangan atau finansial diketahui bahwa usaha Sari Merta Laundry mengalami peningkatan omzet rata-rata hanya sebesar 5% selama lima tahun terakhir seperti yang terlihat pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Penerimaan Usaha Sari Merta Laundry

Tahun	Total Penerimaan Laundry
2015	Rp. 51.608.000
2016	Rp. 54.188.400
2017	Rp. 56.894.000
2018	Rp. 59.734.000
2019	Rp. 62.712.000

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil observasi awal terkait usaha Sari Merta Laundry dalam aspek manajemen dan sumber daya manusia, peneliti menemukan permasalahan terkait jumlah tenaga kerjanya yang masih terbatas yakni hanya berjumlah satu orang. Karena keterbatasan jumlah karyawan, proses penyelesaian laundry terkadang tidak bisa menyesuaikan dengan batas waktu yang diinginkan pelanggan. Dalam aspek teknis terkait penggunaan teknologi, usaha jasa Sari Merta Laundry masih menggunakan teknologi lama yakni mesin cuci semi otomatis. Jika dibandingkan dengan usaha pesaing, rata-rata menggunakan mesin cuci otomatis yang memiliki spesifikasi lebih canggih. Pada mesin cuci semi otomatis, beberapa tahapnya dilakukan secara manual sehingga proses mencuci membutuhkan waktu yang lebih lama.

Dalam segi aspek pemasaran terkait strategi promosi, usaha Sari Merta Laundry hanya menggunakan strategi dari mulut ke mulut sehingga wilayah cakupan pasarnya masih terbatas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik

laundry, sampai saat ini, usaha Sari Merta Laundry hanya mampu menyerap pelanggan yang rata-rata tinggal di perumahan dan kos-kosan sekitar lokasi usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Sari Merta Laundry mengaku belum pernah melakukan studi kelayakan bisnis sehingga tidak mengetahui secara pasti apakah usaha laundry yang dijalankan selama ini layak atau tidak layak untuk dikembangkan jika ditinjau dari aspek-aspek yang ada di dalam studi kelayakan bisnis sehingga peneliti tertarik untuk melakukan mengenai Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry di Desa Guwang Kecamatan Sukawati.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif yang mengungkap desain penelitian berupa studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Obyek penelitian ini adalah usaha Sari Merta Laundry yang beralamat di Jalan Drupadi Desa Guwang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Deskriptif Kualitatif

Teknik analisis ini digunakan untuk menganalisis aspek-aspek yang bersifat non finansial yaitu :

1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran dianalisis melalui penilaian terhadap pangsa pasar, pesaing, dan strategi bauran pemasaran *marketing mix 7P (product, price, place, promotion, physical evidence, people, process)*

2 Aspek Teknis

Dalam aspek teknis, akan diteliti bagaimana pemilihan lokasi usaha, lay out, mesin dan peralatan yang digunakan, jenis teknologi yang digunakan serta tahap dan proses-proses pengerjaan laundry.

3 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Dalam aspek ini akan diteliti mengenai tenaga kerja yang meliputi proses perekrutan karyawan, sistem dan jumlah gaji yang ditetapkan. Struktur organisasi

dan manajemen dinilai melalui deskripsi pekerjaan, pembagian tugas dan wewenang, serta tanggung jawab.

Deskriptif Kuantitatif

1 Analisis *Cashflow*

2 Penilaian Kelayakan Investasi

a. NPV (*Net Present Value*)

Selisih antara nilai sekarang (present value) cashflow dengan present value investasi. Rumus :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Jika NPV positif atau > 0 maka investasi dinyatakan layak. Namun apabila NPV negatif atau < 0 maka investasi dinyatakan tidak layak (Suliyanto, 2010:204)

b. IRR (*Internal Rate Of Return*)

Kriteria penilaian investasi untuk mengetahui persentase keuntungan dari suatu proyek tiap-tiap tahun (Choliq, 1999:57). Rumus :

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

Jika $IRR >$ tingkat suku bunga yang berlaku maka usaha dinyatakan layak, sebaliknya jika $IRR <$ tingkat suku bunga yang berlaku, maka dinyatakan tidak layak.

c. *Payback Period*

Merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengembalian proyek investasi.

$$\text{Tahun Pengurang} + \frac{\text{Nilai Sisa Investasi}}{\text{Cashflow Berikutnya}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Untuk menilai apakah usaha layak atau tidak berdasarkan *Payback Period* maka hasilnya harus lebih kecil dari umur investasi atau sesuai dengan target perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2012:102).

d. *Profability Index*

Adalah rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang aliran arus kas atau cashflow dengan nilai sekarang (present value) pengeluaran investasi. Rumus untuk menghitung PI adalah sebagai berikut :

$$PI = \frac{PV \text{ Cashflow}}{\text{Investasi}}$$

Kelayakan investasi menggunakan metode PI dinyatakan layak apabila nilai PI yang dihasilkan > 1 (Sutrisno, 2015: 163).

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Tahapan analisis SWOT terdiri dari penyusunan :

- a. Faktor Strategi Internal Perusahaan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)
- b. Strategi Eksternal Perusahaan EFAS (*External Factor Analysis Summary*)
- c. Matriks SWOT

Matrik SWOT dapat menghasilkan empat sel alternatif strategi (Freddy Rangkuty, 2009:31)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

1 Pangsa Pasar

Dihimpun dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar, jumlah penduduk di Desa Guwang mencapai 7.359 jiwa, dimana dari keseluruhan jumlah penduduk tersebut, sejauh ini pangsa pasar yang mampu diserap oleh usaha Sari Merta Laundry yaitu penduduk yang berada di sekitar lokasi usaha yakni dari perumahan di Gang Edelweis, Gang Sandat, Gang Anggrek, Gang Tunjung Sari, Gang Jempiring, serta beberapa kos-kosan yang tersebar di sekitar lokasi usaha. Para pelanggan laundry berasal dari kalangan pelajar sekolah, mahasiswa, pegawai negeri, karyawan swasta, masyarakat umum lainnya.

2 Analisis Pesaing

Terdapat dua usaha laundry yang menjadi pesaing utama bagi Sari Merta Laundry. Kedua pesaing sama-sama beroperasi di kawasan Jalan Drupadi yaitu Pasek Laundry dan Cahaya Laundry. Setelah dilakukan identifikasi pesaing, keunggulan usaha Sari Merta Laundry dibandingkan dua pesaing tersebut yakni pelayanan yang ramah, tarif laundry terjangkau, dan menyediakan berbagai varian aroma parfum laundry.

3 Strategi Pemasaran

a. *Product* (Produk)

Usaha Sari Merta Laundry menawarkan produk berupa jasa laundry sistem kiloan yang menerima jasa laundry (cuci dan setrika), jasa khusus setrika pakaian, jasa laundry bed cover, dan jasa laundry boneka.

b. *Price* (Harga)

Tarif atau harga untuk layanan jasa laundry (cuci setrika) adalah Rp 5.000/kg, jasa khusus setrika adalah Rp.3000/kg, laundry boneka ukuran kecil (20-30cm) yakni Rp.5000/pcs sementara ukuran besar (40-50cm) Rp.10.000/pcs, dan laundry bed cover ukuran kecil dengan ukuran 100x200 cm Rp.10.000/pcs serta ukuran sedang (140x200cm) adalah Rp.15.000/pcs

c. *Place* (Tempat atau Distribusi)

Dalam hal ini, Sari Merta Laundry menggunakan jenis saluran distribusi langsung dari produsen ke konsumen akhir tanpa menggunakan perantara.

d. *Promotion* (Promosi)

Usaha Sari Merta Laundry menggunakan media promosi berupa pemasangan papan nama Laundry dan sistem dari mulut ke mulut (word of mouth)

e. *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

Yang menjadi bukti fisik sehingga Sari Merta Laundry mudah dikenali yakni di bagian depan toko dipasang papan nama berukuran besar yang tertera nama usaha Sari Merta Laundry serta logo nama usaha yang terdapat pada nota laundry.

f. *People* (Orang)

Dalam hal ini, yang menjadi unsur *people* yakni karyawan laundry. Dalam melayani pelanggan, karyawan laundry menerapkan sikap yang ramah dan sopan kepada setiap pelanggan

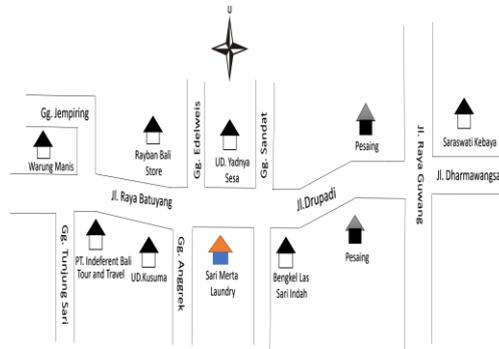
g. *Process* (Proses)

Usaha Sari Merta Laundry beroperasi setiap hari kecuali hari raya keagamaan dari pukul 08.00-19.00. Pelanggan laundry bisa menyerahkan cucian

yang akan di laundry atau mengambil pakaian yang sudah jadi pada jam-jam tersebut.

2. Aspek Teknis

2.1 Lokasi Usaha



Gambar 1. Denah Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha Sari Merta Laundry, atas pertimbangan beberapa faktor yaitu :

a. Letak Pasar Yang Dituju

Lokasi usaha Sari Merta dekat dengan pemukiman penduduk

b. Ketersediaan Bahan Baku

Bahan baku laundry cukup mudah diperoleh disekitar lokasi usaha

c. Ketersediaan Pembangkit Listrik dan Air

Ketersediaan pembangkit listrik sudah memadai di sekitar lokasi usaha. Untuk memenuhi kebutuhan air pemilik Sari Merta Laundry mendirikan fasilitas sumur bor

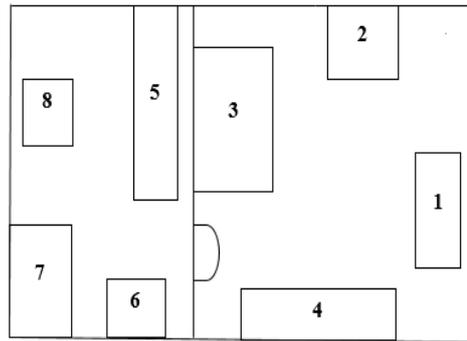
d. Fasilitas Transportasi

Akses jalan menuju lokasi usaha berupa aspal yang dapat dilalui kendaraan roda dua dan roda empat Lokasi Sari Merta Laundry berada dipinggir jalan sehingga mudah dijangkau

e. Ketersediaan Tenaga Kerja

Pemilik Sari Merta Laundry menyatakan bahwa masih menemui kesulitan menyerap tenaga kerja terampil disekitar lokasi usaha

2. Layout Bangunan



Gambar 2. Layout Toko Laundry

Keterangan:

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1 = Etalase | 5 = Tempat Sortir |
| 2 = Rak Laundry | 6 = Mesin Cuci |
| 3 = Meja Laundry | 7 = Kamar Mandi |
| 4 = Rak Laundry | 8 = Mesin Cuci |

2.3 Peralatan, Pemilihan Teknologi

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam usaha Sari Merta Laundry yaitu :

a. Mesin Cuci

Jenis mesin cuci yang digunakan adalah semi otomatis atau dua tabung (*twin tube*) merk LG tipe WP-1460R dengan kapasitas cuci peras 14 kg dan 10 kg. Penggunaan mesin cuci jenis semi otomatis paling mudah dan sederhana tetapi pengoperasiannya bersifat manual dan membutuhkan campur tangan pengguna dari pengisian air hingga tahap akhir.

b. Setrika Uap Boiler

c. Jemuran Aluminium

d. Timbangan Duduk

e. Peralatan pendukung yang terdiri dari ember, rak laundry, etalase, meja laundry, hanger, dan botol spray parfum.

2.4 Tahapan Operasional Laundry

Bahan-bahan yang digunakan dalam proses laundry terdiri yaitu: detergen, softener, parfum laundry, nota laundry, palstik laundry dan selotip. Alur proses laundry terdiri dari beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Penerimaan cucian dari pelanggan
- b. *Checking* cucian pelanggan
- c. Proses pencucian
- d. Proses pengeringan
- e. Proses penjemuran
- f. Proses penyetricaan
- g. *Packaging*

3. Aspek Manajemen dan SDM

3.1 Tenaga Kerja

Proses perekrutan tenaga kerja pemilik usaha Sari Merta Laundry tidak menetapkan standar khusus seperti jenjang pendidikan yang tinggi karena proses operasional laundry hanya membutuhkan tenaga kerja terampil dan terlatih dibidangnya.

Sejauh ini, Ibu Gung Rai selaku pemilik usaha Sari Merta Laundry hanya mampu merekrut satu orang karyawan yakni Ibu Ayu Witari dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni jenjang Sekolah Dasar (SD). Ibu Ayu Witari telah bekerja selama tujuh tahun sejak pertama kali usaha Sari Merta Laundry didirikan yaitu pada tanggal 19 April 2014. Gaji pokok yang diterima adalah sebesar Rp.1.400.000 per bulan dan tunjangan uang makan sebesar Rp.15.000 per hari.

2 Struktur Organisasi, Manajemen

Struktur organisasi pada usaha Sari Merta Laundry masih bersifat sederhana dimana hanya terdapat dua komponen yang menyusun struktur organisasi yakni pemilik laundry dan satu orang karyawan. Ibu Gung Rai selaku pemilik sekaligus pendiri usaha Sari Merta Laundry menjalankan tugas sebagai pimpinan, pengawas serta penanggung jawab usaha Sari Merta Laundry dan juga memegang kendali terhadap keuangan usaha dan pengelolaannya. Karyawan Sari

Merta laundry bertugas dalam menjalankan kegiatan operasional yakni menerima, mencuci hingga menyetrika pakaian.

Berdasarkan hasil wawancara karyawan laundry menyatakan selama ini perusahaan Sari Merta Laundry kekurangan tenaga kerja sehingga karyawan laundry merasa kewalahan menjalankan kegiatan operasional laundry seorang diri terutama saat permintaan jasa laundry sedang ramai. Hal tersebut membuat karyawan laundry terkadang harus lembur agar dapat menyelesaikan orderan laundry.

4. Aspek Finansial

4.1. Sumber Modal

Sumber modal yang digunakan untuk pendirian dan menjalankan kegiatan operasional usaha Sari Merta Laundry berasal dari dana pribadi Ibu Gung Rai selaku pemilik.

4.2. Cashflow

Analisis terhadap rincian arus kas (*cashflow*) perusahaan digunakan untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diterima selama periode tertentu. Penyusunan *cashflow* pada usaha Sari Merta Laundry menggunakan asumsi-asumsi sebagai berikut :

- a. Perhitungan umur proyek investasi dilakukan selama lima tahun yakni dari tahun 2015-2019
- b. Biaya-biaya investasi untuk barang tidak bergerak dikeluarkan pada periode ke nol, sebelum proses produksi laundry dimulai
- c. Output pada layanan jasa laundry diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 5 % per tahun
- d. Harga atau tarif setiap layanan jasa laundry diasumsikan tetap selama umur proyek investasi
- e. Biaya bahan-bahan untuk proses laundry diperkirakan naik sebesar 4% sesuai rata-rata tingkat inflasi nasional
- f. Tingkat suku bunga rata-rata yang digunakan yakni pada bank umum sebesar 10%

4.2 Inflow

Inflow adalah arus kas masuk atau penerimaan bagi perusahaan. Estimasi output jasa yang dihasilkan Sari Merta Laundry dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Estimasi Output Laundry

Jenis Penerimaan Laundry	Jumlah Unit Tahun ke :				
	1	2	3	4	5
Cuci Setrika	9.942 Kg	10.439,1 Kg	10.961 Kg	11.509 Kg	12.084 Kg
Jasa setrika	366 Kg	384 Kg	403 Kg	423 Kg	444 Kg
Bed Cover	41 pcs	43 pcs	45 pcs	47 pcs	49 pcs
Boneka	34 pcs	36 pcs	38 pcs	40 pcs	42 pcs

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Penerimaan usaha Sari Merta Laundry diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah output jasa laundry dihasilkan dengan tarif laundry per kilogramnya untuk layanan laundry berupa layanan cuci setrika dan jasa setrika. Penerimaan jasa laundry bed cover dan boneka dengan perhitungan tarif per satuannya (pcs). Estimasi penerimaan Sari Merta Laundry seperti yang terlihat pada tabel berikut

Tabel 3. Estimasi Output Laundry

Jenis Penerimaan	Tahun ke : (Rp)				
	1	2	3	4	5
Cuci Setrika	49.710.000	52.195.000	54.805.000	57.545.000	60.420.000
Jasa Setrika	1.098.000	1.152.900	1.209.000	1.269.000	1.332.000
Bed Cover	530.000	555.000	580.0000	605.000	630.000
Boneka	270.000	285.000	300.000	315.000	330.0000
Total	51.608.000	54.188.4000	56.894.000	59.734.000	62.712.000

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

4.2 Outflow

Outflow adalah Aliran arus kas yang dikeluarkan oleh perusahaan. outflow yang dikeluarkan oleh Sari Merta Laundry terdiri dari :

1 Biaya Investasi

Biaya investasi pada perusahaan Sari Merta Laundry dikeluarkan pada periode ke nol sebelum proses layanan jasa laundry dimulai. Biaya Investasi yang dikeluarkan untuk pembangunan toko laundry, pembelian peralatan dan perlengkapan laundry seperti yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Biaya Investasi

Investasi	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Bangunan Toko	1 Unit		36.000.000
Sumur Bor	1 Unit	8.000.000	8.000.000
Mesin Cuci	2 Unit	2.500.000	5.000.000
Setrika Uap	1 Unit	3.100.000	3.100.000
Timbangan duduk	1 Unit	170.000	170.000
Jemuran Lipat Ukuran Kecil	3 Unit	300.000	900.000
Jemuran Lipat Ukuran Besar	1 Unit	600.000	600.000
Ember Besar	10 Unit	15.000	150.000
Meja Laundry	1 Unit	300.000	300.000
Rak Siku Besi	1 Unit	400.000	400.000
Rak Papan Dinding	1 Unit	200.000	200.000
Etalase	1 Unit	700.000	700.000
Hanger Kawat Besi	4 Lusin	15.000	60.000
Botol Spray Parfum	2 Unit	12.000	24.000
Peralatan Listrik		250.000	250.000
Papan Nama Laundry	1 Unit	250.000	250.000
Total Investasi			56.104.000

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah output produksi. Biaya Variabel Biaya variabel yang dikeluarkan Sari Merta Laundry diperkirakan naik sebesar 4 %. Estimasi biaya variabel usaha dijelaskan pada Tabel 5 berikut ini :

Tabel 5. Estimasi Biaya Variabel

Nama Bahan	Biaya (Rp)				
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Detergen	2.940.000	3.244.800	3.569.280	3.981.792	4.351.656
Softener	1.176.000	1.397.760	1.817.040	2.267.712	2.751.504
Parfum Laundry	1.056.000	1.327.800	1.713.240	2.078.748	2.470.752
Gas LPG	3.840.000	4.492.800	5.191.680	5.939.208	6.873.120
Nota Laundry	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.832	1.403.820
Plastik Laundry	960.000	1.248.000	1.557.504	1.889.832	2.246.208
Pulpen	90.000	93.600	129.792	354.336	140.352
Selotip	312.000	327.600	340.704	134.976	368.508
Listrik	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.508	4.211.484
Total	15.174.000	17.169.360	19.510.920	22.045.944	24.817.404

Sumber data : Data Primer yang diolah,2020

3. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak bergantung pada perubahan jumlah produksi. Pada usaha Sari Merta Laundry, biaya tetap terdiri dari biaya untuk gaji karyawan, tunjangan uang makan, serta biaya pemeliharaan untuk peralatan-peralatan yang digunakan dalam proses laundry. Rincian biaya tetap yang dikeluarkan oleh usaha Sari Merta Laundry dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6. Biaya Tetap

Nama Biaya	Biaya Per Bulan (Rp)	Biaya Per Tahun (Rp)
Gaji Karyawan	1.400.000	16.800.000
Uang Makan	450.000	5.400.000
Biaya Pemeliharaan		2.400.000
Total Biaya Tetap		24.600.000

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

4. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan pada usaha Sari Merta Laundry terdiri dari biaya penyusutan bangunan toko, peralatan, perlengkapan laundry. Penyusutan dihitung menggunakan metode garis lurus tanpa nilai residu. (Rumus Penyusutan = Nilai Perolehan : Umur Ekonomis). Rincian biaya penyusutan dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Biaya Penyusutan

Peralatan	Jumlah	Harga (Rp)	Umur Ekonomis	Biaya Penyusutan
Bangunan Toko	1 Unit	36.000.000	12 Tahun	3.000.000
Mesin Cuci	2 Unit	2.500.000	5 Tahun	1.000.000
Setrika Uap	1 Unit	3.100.000	5 Tahun	620.000
Ember Besar	10 Unit	150.000	5 Tahun	30.000
Jemuran Lipat Kecil	3 Unit	300.000	5 Tahun	180.000
Jemuran Lipat Besar	1 Unit	600.000	5 Tahun	120.000
Timbangan	1 Unit	170.000	5 Tahun	34.000
Hanger	4 Lusin	60.000	5 Tahun	12.000
Botol Spray Parfum	2 Unit	24.000	3 Tahun	8.000
Peralatan Listrik		250.000	5 Tahun	50.000
Papan Nama Laundry	1 Unit	250.000	5 Tahun	50.000
Total Penyusutan				5.104.000

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Tabel 8. Cashflow Sari Merta Laundry

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Inflow					
Penerimaan	51.608.000	54.188.400	56.734.000	59.734.000	62.712.000
Outflow					
Biaya Variabel	15.174.000	17.169.360	19.510.920	22.045.944	24.817.404
Biaya Tetap	24.600.000	24.600.000	24.600.000	24.600.000	24.600.000
Total Biaya	39.744.000	41.769.000	44.110.920	46.645.944	49.417.404
EBT	11.834.000	12.419.040	12.783.080	13.088.056	13.294.596
Tax	-	-	-	-	-
EAT	11.834.000	12.419.040	12.783.080	13.088.056	13.294.596
Penyusutan	5.104.000	5.104.000	5.104.000	5.104.000	5.104.000
<i>Proceeds</i>	16.938.000	17.523.040	17.887.080	18.192.056	18.398.596
DF 10%	0,9091	0,8624	0,7513	0,6830	0,6209
<i>Present Value</i>	15.398.336	14.481.040	13.438.563	11.606.532	11.423.688

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

4.3 Penilaian Kelayakan Investasi

1. Net Present Value (NPV)

Tabel 9. Perhitungan NPV

Tahun Ke	<i>Proceed</i>	DF 19%	<i>Present Value</i>
1	16.938.000	0,9091	15.398.336
2	17.523.000	0,8264	14.481.040
3	17.887.080	0,7513	13.438.563
4	18.192.056	0,6830	11.606.532
5	18.398.596	0,6209	11.423.688
Total <i>Present Value</i> (PV)			66.348.159
Total Investasi			56.104.000
NPV (total PV-total investasi)			10.244.159

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Nilai NPV yang diperoleh adalah sebesar Rp.10.244.159. Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha Sari Merta Laundry dinyatakan layak karena hasil perhitungan NPV yang diperoleh > 0 dan bernilai positif yang artinya investasi tersebut menguntungkan dan dapat diterima.

2. Internal Rate Of Return (IRR)

Tabel 10. Perhitungan NPV Kedua

Tahun Ke	<i>Proceeds</i>	DF 19%	<i>Present Value</i>
1	16.938.000	0,8403	14.233.001
2	17.523.000	0,7061	12.373.019
3	17.887.080	0,5934	10.614.193
4	18.192.056	0,4986	9.070.559
5	18.398.596	0,4190	7.709.012
Total <i>Present Value</i> (PV)			53.999.784
Total Investasi			56.104.000
NPV (total PV- total investasi)			-2.104.216

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 0,1 + \frac{10.244.159}{10.244.159 - (-2.104.216)} \times (0,19 - 0,1) \\ &= 0,1 + \frac{10.244.159}{12.348.375} \times 0,09 = 17,47\% \end{aligned}$$

Nilai IRR yang diperoleh adalah 17,47%. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai IRR > dari tingkat suku bunga bank umum yakni 10%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian dari investasi dilakukan pada usaha Sari Merta Laundry lebih tinggi dibanding tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi yang dilakukan di bank sehingga dinyatakan layak.

3. *Payback Period* (PP).**Tabel 11. Perhitungan *Payback Period***

Investasi	56.104.000
<i>Proceeds</i> Tahun 1	<u>16.938.000</u> -
	39.166.000
<i>Proceeds</i> Tahun 2	<u>17.523.040</u> -
	21.642.960
<i>Proceeds</i> Tahun 3	<u>17.887.080</u> -
	3.755.880
<i>Proceeds</i> Tahun 4	18.192.056

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period (PP)} &= 3 \text{ Tahun} + \frac{3.755.880}{18.192.056} \times 1 \text{ Tahun} \\
 &= 3 \text{ Tahun} + 0,2 \times 1 \text{ Tahun} \\
 &= 3,2 \text{ Tahun}
 \end{aligned}$$

Hasil dari *payback period* yang diperoleh adalah 3,2 tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemampuan pengembalian usaha Sari Merta Laundry lebih cepat atau lebih singkat daripada umur proyek yang direncanakan yaitu selama 5 tahun sehingga investasi pada usaha Sari Merta Laundry dinyatakan layak.

4. *Profability Index* (PI)

$$PI = \frac{\text{PV of Cashflow}}{\text{Investasi}}$$

$$PI = \frac{\text{Rp.66.348.159}}{\text{Rp.56.104.000}} = 1,18$$

Nilai PI yang diperoleh adalah 1,18. Hasil perhitungan menunjukkan nilai *Profability Index* (PI) yang dihasilkan > 1 yang artinya perusahaan Sari Merta Laundry memenuhi kriteria kelayakan berdasarkan *profability index*.

5. Analisis SWOT

Tabel 12. Faktor Strategi Internal Sari Merta Laundry (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strenght)</i>			
Lokasi usaha yang strategis	0,12	4	0,48
Tarif jasa laundry terjangkau	0,09	3	0,27
Banyak varian parfum laundry	0,10	3	0,3
Peralatan dan fasilitas memadai	0,09	3	0,27
Pelayanan yang ramah	0,13	4	0,52
Sub Total	0,53		1,84
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
Jumlah karyawan terbatas	0,12	1	0,12
Mengandalkan word of mouth	0,09	2	0,18
Belum mampu menambah layanan jasa laundry	0,08	3	0,24
Sulit menangani overload laundry	0,09	3	0,27
Penggunaan mesin cuci versi lama	0,09	2	0,18
Sub Total	0,47		0,99
Total	1		2,83

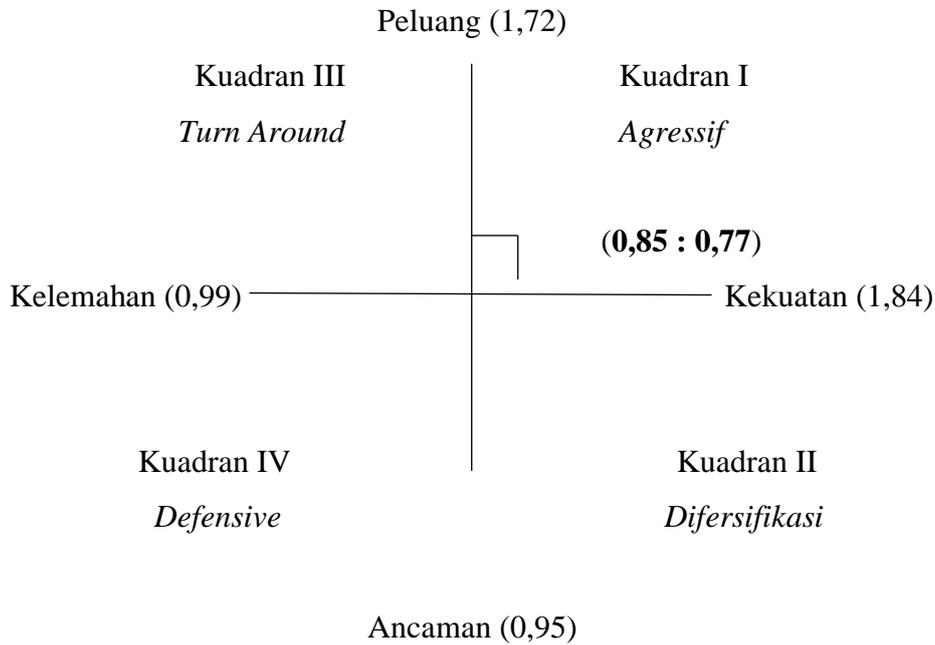
Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

**Tabel 13. Faktor Strategi External Sari Merta Laundry
(EFAS)**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
Pertumbuhan jumlah penduduk	0,12	3	0,36
Pelayanan sesuai selera pelanggan	0,10	4	0,4
Kemajuan teknologi	0,10	3	0,3
Kesibukan dan gaya hidup praktis	0,11	3	0,33
Hubungan baik dengan pelanggan	0,10	3	0,3
Sub Total	0,54		1,72
<i>Ancaman (Threat)</i>			
Harga bahan dan tarif listrik naik	0,10	2	0,20
Pesaing dengan modal lebih besar	0,10	1	0,10
Kendala musim hujan	0,07	3	0,21
Komplain pelanggan	0,08	3	0,24
Dampak pandemi Covid 19	0,10	2	0,20
Sub Total	0,46		0,95
Total	1		2,68

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh Sari Merta Laundry lebih tinggi dari faktor kelemahan dengan selisih 0,85 dan nilai faktor peluang lebih tinggi dari nilai ancaman dengan selisih 0,77. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut, posisi usaha Sari Merta Laundry dapat digambarkan ke dalam diagram SWOT sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram SWOT

Dari gambar diagram diatas, menunjukkan bahwa usaha Sari Merta Laundry berada di posisi Kuadran I dimana perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang cukup kuat untuk berkembang. Adapun Strategi yang dapat diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (Freddy Rangkuti 2009:19). Penentuan alteranatif strategi usaha digambarkan dalam matriks SWOT berikut:

Tabel 14. Matriks SWOT

	Streght (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokasi usaha startegis ▪ Tarif laundry terjangkau ▪ Banyak varian parfum laundry ▪ Peralatan dan fasilitas memadai ▪ Pelayanan yang ramah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jumlah karyawan terbatas ▪ Mengandalkan promosi word of mouth ▪ Belum mampu menambah layanan laundry ▪ Sulit menangani overload laundry ▪ Mesin cuci versi lama

<p>Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pertumbuhan jumlah penduduk ▪ Pelayanan sesuai keinginan pelanggan ▪ Kemajuan teknologi ▪ Kesibukan dan gaya hidup praktis ▪ Hubungan yang baik dengan pelanggan 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperluas pangsa pasar ▪ Memberikan jaminan kualitas jasa laundry ▪ Menciptakan inovasi layanan laundry ▪ Membina hubungan baik dengan pelanggan 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menambah karyawan laundry ▪ Mencoba sarana promosi lain ▪ Menambah pilihan layanan jasa laundry ▪ Menggunakan mesin cuci dengan spesifikasi lebih unggul
<p>Treat (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Harga bahan laundry dan tarif listrik naik ▪ Munculnya pesaing ▪ Kendala musim hujan ▪ Komplain pelanggan ▪ Dampak dari pandemi Covid 19 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memilih bahan laundry alternatif yang lebih murah ▪ Terobosan inovasi baru agar memiliki ciri khas dari pesaing lain ▪ Mengutamakan kepuasan pelanggan ▪ Mengerjakan laundry dengan lebih teliti dan seksama 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Penambahan karyawan laundry yang terlatih dan terampil pada posisi yang diperlukan ▪ Menawarkan layanan jasa yang inovatif dengan tarif bersaing ▪ Promosi maksimal untuk menarik pelanggan ▪ Menggunakan mesin cuci otomatis agar lebih efisien

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari matriks SWOT diatas, strategi yang dihasilkan untuk pengembangan usaha jasa Sari Merta Laundry adalah strategi SO. Strategi SO ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu dengan cara :

1. Memperluas Pangsa Pasar

Strategi memperluas pangsa pasar bertujuan agar usaha Sari Merta Laundry mampu menyerap lebih banyak pelanggan dan menambah jumlah orderan laundry sehingga pendapatan laundry yang dihasilkan semakin meningkat.

2. Memberikan jaminan terhadap kualitas jasa laundry

Usaha Sari Merta Laundry harus memberikan jaminan terhadap kualitas laundry yang dihasilkan. Pelayanan yang sesuai dengan selera pelanggan memberikan kepuasan sehingga meningkatkan loyalitas dari pelanggan laundry

3. Menciptakan inovasi layanan jasa laundry

Usaha Sari Merta Laundry dapat memanfaatkan perkembangan dan kemajuan teknologi dengan cara menciptakan inovasi-inovasi baru sehingga semakin banyak pilihan layanan jasa laundry yang mampu ditawarkan kepada para pelanggan

4. Membina dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini perlu dilakukan oleh usaha Sari Merta Laundry agar memiliki citra yang baik di mata pelanggan ataupun masyarakat sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha Sari Merta Laundry dinyatakan layak secara aspek non finansial dan finansial hal ini dapat dilihat dari NPV (Net Present Value) yang diperoleh > 0 dan bernilai positif yakni sebesar Rp.10.244.159. Nilai IRR (*Internal Rate Of Return*) yang dihasilkan $>$ tingkat suku bunga bank umum yakni 17,47%. Payback Period yang dihasilkan $<$ umur investasi yakni 3,2 tahun. *Profitability Index* (PI) yang diperoleh > 1 yakni sebesar 1,18. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS, usaha Sari Merta Laundry memiliki faktor internal perusahaan yang lebih kuat dari faktor eksternal. Diagram SWOT menunjukkan usaha Sari Merta Laundry berada pada Kuadran I yang artinya perusahaan memiliki kekuatan dan peluang

untuk berkembang. Hasil dari matriks SWOT, menunjukkan strategi utama pengembangan usaha adalah strategi SO yakni dengan cara memperluas pangsa pasar, memberikan jaminan terhadap kualitas laundry, menciptakan berbagai inovasi layanan jasa laundry, membina dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan ataupun masyarakat sekitar.

Saran

Untuk memperluas pangsa pasar dan menyerap lebih banyak pelanggan kegiatan promosi harus lebih digiatkan. Dalam mempertahankan pelanggan, perusahaan Sari Merta Laundry harus tetap menjaga kualitas laundry dan pelayanan misalnya dalam tingkat kebersihan, kerapian, dan keharuman yang dijaga agar tidak menimbulkan komplain dari pelanggan. Usaha Sari Merta Laundry juga perlu menciptakan inovasi baru dalam menghadapi persaingan. Upaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan ataupun masyarakat sekitar juga perlu dilakukan demi menjaga citra dan nama baik perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih saya ucapkan kepada seluruh rekan dosen Universitas Mahendradatta dalam kesempatannya saya bisa mempublikasi hasil tulisan saya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Choliq, A., dkk. 1999. *Evaluasi Proyek*. Bandung : Pionir Jaya.
- Atotoy, R. L. 2017. Analisis Rencana Bisnis Pendirian Waralaba ABC Laundry. *Thesis Pasca Sarjana*. Universitas Terbuka Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar : Kecamatan Sukawati Dalam Angka 2019. Diambil dari <http://.bps.gianyar.go.id> diakses pada 7 Mei 2020.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali: Jumlah UMKM yang Terdampak Pandemi COVID 19. Diambil dari <https://diskopukm.baliprov.go.id>. dikases pada 29 April 2020.
- Emzir. 2009 . *Metodelogi Penelitian Pendidikan, Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

- Gunawati, U., & Wiwik, S. (2017). Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips di Perumahan Mardani Raya. *Jurnal Integrasi Sistem Industri* Vol 4 No 1.
- Kasmir & Jakfar 2003. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana Prenanda Media Group.
- Rangkuti, Freddy.2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sucipto, Agus. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif Dan Studi Kasus)*. Malang : UIN Maliki Press.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sunyonto, D. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta : Caps.
- Sutrisno. 2015. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Wardana, M. W., Ahmad, S & Isha, J. (2019). Analisis Kelayakan Usaha Rumah Makan Jingkrak Dengan Pendekatan SWOT. *Jurnal Rekayasa, Teknologi, dan Sains*. Vol 3 No 2
- Wardoyo,C. 2012. Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Pada Usaha Warung Surabi. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor