

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Bobilu Bola-Bola Ubi Lumer

Rosiana Dewi¹, Asep Saepuloh², Perwito³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia^{1,2,3}

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima 24, 01, 2025
Disetujui 25, 01, 2025
Diterbitkan 26, 01, 2025

Katakunci:

*Business Feasibility Study,
Five aspects,
Melted Sweet Potato Balls*

ABSTRACT

This research aims to analyze whether the Bobilu Bola-Bola Ubi Lumer business is feasible or not to be developed. Business feasibility studies provide benefits for measuring and knowing whether a business is feasible or not. Business feasibility studies really help business people to know whether the business they are running is successful or profitable. The research method used is a qualitative approach with descriptive methods, data collected comes from scientific journals and websites. The analysis focuses on 5 (five) aspects of the business feasibility study, namely market and marketing aspects, technical/operational aspects, management/organizational aspects, financial aspects, and environmental impact aspects. The research results show that the Bobilu Bola-Bola Lumer Yam business has good profit potential with low production costs and stable market demand. By using the Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Profitability Index (PI) and Internal Rate of Return (IRR) methods, the Lumbered Sweet Potato Balls business was declared feasible to run.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Rosiana Dewi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

Email: dwrosiana28@gmail.com

Cara Sitasi Artikel ini dalam APA:

Dewi, R., Saepuloh, A., & Perwito, P. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Bobilu Bola-Bola Ubi Lumer. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 3(1), 89~102. <https://doi.org/10.35870/ljit.v3i1.3741>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak kekayaan alam serta lahan pertanian yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris (Harahap et al., 2021). Pertanian termasuk dalam sektor utama Indonesia yang menjadi andalan dalam perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani (Puspaprawati & Monggesang, 2020). Bidang kuliner merupakan salah satu domain yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, mengingat pelanggan tidak perlu menghadapi kebingungan dalam mencari pilihan makanan sehat yang juga lezat.

Hingga saat ini, di Indonesia, ubi jalar secara umum masih dipandang sebagai makanan tradisional yang disajikan bersama kolak atau dijadikan sebagai bahan gorengan. Kehadiran usaha kuliner kontemporer saat ini telah menciptakan tren baru yang mengakibatkan berkurangnya minat masyarakat untuk mengonsumsi makanan tradisional (Hidayat dan Purwana, 2017). Salah satu pendekatan untuk memastikan bahwa makanan tradisional tetap diminati oleh masyarakat adalah dengan melakukan inovasi dalam pengolahan makanan, menggunakan bahan-bahan domestik sebagai bahan baku dalam pembuatan makanan kekinian.

Dalam praktik bisnis, tidak dapat dipungkiri bahwa individu ataupun entitas seringkali dihadapkan pada kemungkinan terjadinya kegagalan. Untuk meminimalkan risiko kegagalan tersebut, perlu dilakukan suatu studi sebelum proyek dilaksanakan. Studi kelayakan bisnis berfungsi untuk mengevaluasi dan menentukan apakah suatu usaha layak untuk dijalankan.

Bola ubi merupakan jajanan yang berasal dari Bandung yang telah menyebar dan menjadi populer di seluruh Indonesia. Bola-bola ubi ini terbuat dari campuran ubi kukus, gula dan tepung tapioka yang diaduk, dibentuk menjadi bola dan digoreng. Tekstur bola-bola ubi ini garing di luar, tapi lembut, kenyal dan manis di dalam. Pada awal kemunculannya bola ubi tidak memiliki isian alias kopong, namun seiring berjalannya waktu munculah variasi terbaru yaitu bola ubi lumer dengan berbagai macam isian seperti gula merah, coklat, dan keju mozarella. Dibandingkan dengan makanan kekinian lainnya, bola ubi ini yang paling banyak disukai semua usia. Makanan hits ini memiliki beberapa kelebihan yang layak dipertimbangkan, maka dari itu kami tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai “**Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Bobilu Bola-Bola Ubi Lumer**”.

KAJIAN TEORITIS

Definisi Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Jumingan (2009:25) dikutip oleh (Sahara, S., & Nasution, S., 2024), studi kelayakan bisnis merupakan penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek, dan studi kelayakan proyek mempunyai tujuan menghindari keberlanjutan penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru sampai pada pengembangan. Arti dari studi kelayakan bisnis yaitu penelitian tentang layak tidaknya suatu usaha.

Aspek Penilaian Studi Kelayakan

Menurut Jakfar dan Kasmir (2012), ada tahap-tahap yang telah ditentukan dalam pembuatan dan penilaian studi kelayakan. Setiap tahapan mempunyai berbagai aspek yang harus diukur, diteliti,

serta dinilai, berdasarkan ketentuannya. Setiap aspek saling terkait, jadi jika ada salah satu aspek yang tidak terpenuhi, maka harus dilakukan penambahan atau perbaikan yang diperlukan. Berikut adalah aspek-aspek studi kelayakan yang perlu dilakukan secara umum (Artiningsih, 2019) diantaranya:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam kajian mengenai aspek pasar dan pemasaran ini, akan dilakukan penilaian terhadap perusahaan apakah memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Ada beberapa tahapan dan cara yang dilakukan peneliti dalam menganalisis aspek pasar dan pemasaran ini, diantaranya:

- a) *Segmentation* (Segmentasi Pasar), yaitu membagi pasar dalam beberapa kelompok pembeli yang berbeda meliputi segmentasi berdasarkan geografis, segmentasi berdasarkan demografis, segmentasi berdasarkan psikografis, dan segmentasi berdasarkan perilaku.
- b) *Targeting* (Pasar Sasaran), yaitu menetapkan pasar sasaran untuk mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar untuk dilayani. Kegiatan penetapan pasar sasaran meliputi evaluasi segmen pasar seperti ukuran dan pertumbuhan segmen, struktural segmen yang menarik, serta sasaran dan sumber daya perusahaan.
- c) *Positioning* (Posisi Pasar), yaitu kegiatan yang dilakukan untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan dari produk yang akan kita tawarkan ke dalam benak konsumen. Menurut Kasmir dan Jakfar (2009), strategi penentuan posisi pasar terdiri dari besaran harga murah atau mahal, kegunaan produk, kelas penggunaan (orang dewasa/anak-anak), produk unggulan, dan jenis produk.
- d) *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran), yaitu strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa komponen meliputi 4P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion*.

2. Aspek Teknik/Operasi

Analisis teknis memiliki tujuan untuk memastikan kelayakan ide atau gagasan yang telah dipilih. Kelayakan tersebut mencakup ketersediaan lokasi, peralatan, bahan, teknologi (metode), keterampilan sumber daya manusia, serta dana yang diperlukan untuk mendukung kelancaran proses produksi. Dengan demikian, analisis ini bertujuan agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang memadai dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan di pasar sasaran.

3. Aspek Manajemen dan Organisasi

Analisis aspek manajemen dan organisasi merupakan suatu uraian yang menggambarkan pengorganisasian pihak-pihak yang terlibat dalam suatu usaha, termasuk deskripsi pekerjaan, tanggung jawab, serta kontribusi masing-masing pihak dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Analisis ini mencakup penjabaran mengenai bentuk kegiatan dan metode pengelolaan dari gagasan usaha atau proyek yang direncanakan secara efisien, dengan elemen-elemen sebagai berikut:

- a) Penentuan bentuk dan sistem pengelolaan usaha secara teknis, termasuk jenis pekerjaan yang diperlukan dan kegiatan usaha yang terkait.
- b) Pemilihan bentuk organisasi yang sesuai dan tepat untuk melaksanakan usaha tersebut.
- c) Penetapan jumlah sumber daya manusia (SDM) serta keahlian yang diperlukan.

4. Aspek Keuangan

Dalam studi kelayakan, tujuan analisis aspek keuangan adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan. Hal ini dilakukan dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan, termasuk biaya modal, ketersediaan dana, serta kemampuan proyek untuk melakukan pembayaran kembali dalam jangka waktu yang ditentukan. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk menilai potensi perkembangan proyek di masa mendatang (Umar, 2001).

Metode penilaian yang dipakai pada perhitungan aspek analisis kelayakan investasi, yaitu *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Profitability Index (PI)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

a) *Net Present Value (NPV)*

Kriteria ini digunakan untuk mengetahui nilai dari investasi melalui pertimbangan perubahan nilai mata uang atau inflasi. Kriteria penilaian pada NPV adalah sebagai berikut: (Umar, 2003) Jika $NPV > 0$, maka usulan usaha/proyek diterima. Jika $NPV < 0$, maka usulan usaha/proyek ditolak. Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan diterima ataupun ditolak.

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

b) *Payback Period (PP)*

Payback periode merupakan perhitungan waktu yang dibutuhkan bagi sebuah usaha untuk memenuhi pengembalian pengeluaran dalam investasi awal yang telah dikeluarkan. Dalam kriteria yang terkait dengan nilai *Profitability Index (PI)* > 1 dinyatakan layak, begitu pula sebaliknya (Nugraha et al., 2017). Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$PP = \frac{\text{Investasi Awal}}{\text{Penerimaan Periode}} \times 1 \text{ tahun}$$

c) *Profitability Index (PI)*

Metode ini digunakan untuk menghitung perbandingan antara nilai sekarang aliran kas bersih dengan nilai sekarang investasi awal. Kriteria penilaian pada kali ini jika nilai $PI > 1$ sebuah usulan investasi mendapat predikat layak, sebaliknya jika $PI < 1$ usulan proyek dikatakan belum layak (Wicaksono et al., 2021).

$$PI = \frac{\text{Nilai Sekarang Aliran Kas Bersih}}{\text{Nilai Investasi Awal}}$$

d) *Internal Rate of Return (IRR)*

Kriteria investasi ini menunjukkan tingkatan rata-rata keuntungan tahunan yang ditunjukkan dalam satuan persen (%) (Fanani, 2021). Persamaan untuk menghitung adalah sebagai berikut :

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

5. Aspek Dampak Lingkungan

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyusun dokumen yang mengkaji mengenai dampak lingkungan. Di sisi lain, Analisis Dampak Lingkungan (ANDAL) adalah dokumen yang dihasilkan dari kegiatan AMDAL. Konsepsi dasar dari AMDAL adalah “sustainability lingkungan” yang menunjukkan adanya keseimbangan yang terjaga antara manusia sebagai pengguna dan lingkungan sebagai sumber daya alam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang dikumpulkan bersumber dari jurnal ilmiah dan situs web. Penelitian ini berfokus pada mengevaluasi dan menganalisis kelayakan usaha Bola-Bola Ubi Lumer dari berbagai sudut pandang studi kelayakan ekonomi. Aspek-aspek yang menjadi fokus penelitian ini melibatkan aspek pasar dan

pemasaran untuk menganalisis peluang pasar, aspek teknik/operasi untuk menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi, aspek manajemen dan organisasi untuk mengevaluasi sumber daya manusia, dan aspek keuangan untuk menganalisis kelayakan investasi menggunakan *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Profitability Index (PI)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar mencakup pria dan wanita berusia antara 18 hingga 45 tahun, yang termasuk dalam kelas ekonomi menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Berdomisili di kawasan perkotaan besar dan sedang mencari alternatif camilan yang lebih sehat, praktis, lezat, serta terjangkau untuk dinikmati baik di rumah maupun saat berpergian.

2. Target Pasar

Target pasar utama terdiri dari kalangan muda, ibu rumah tangga, serta konsumen yang memiliki kepedulian terhadap gaya hidup sehat. Produk bola-bola ubi lumer ditargetkan kepada konsumen yang berminat untuk mencoba camilan baru yang terbuat dari bahan baku alami.

3. Posisi Pasar

Posisi pasar dari bola-bola ubi lumer adalah sebagai camilan sehat dan praktis yang menjadi alternatif dibandingkan camilan olahan dengan bahan pengawet atau bahan kimia.

4. Marketing Mix

a) Produk (*Product*)

Kami menawarkan varian rasa coklat dan keju dalam satu ukuran yang ideal untuk konsumsi individu maupun keluarga. Produk ini dikemas dalam kemasan kertas yang praktis dan menarik, serta memenuhi standar ramah lingkungan.

b) Harga (*Price*)

Harga untuk setiap porsinya adalah Rp 10.000 terdiri dari 5 pcs bola-bola ubi dengan ukuran yang sedikit lebih besar dari bola-bola ubi kopong karena memiliki isian.

c) Tempat (*Place*)

Produk ini dapat ditemukan di gerai yang berlokasi strategis di Jl. Soekarno Hatta No. 758, RT. 7/RW. 1, Cipadung Kidul, Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi tersebut dianggap strategis karena kedekatannya dengan area kampus dan pusat industri yang ramai.

d) Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menciptakan kampanye visual yang menarik. Kami juga berkolaborasi dengan influencer guna meningkatkan popularitas produk melalui pendekatan yang lebih personal. Selain itu, kami memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencicipi produk secara gratis di lokasi-lokasi strategis, seperti acara kuliner atau festival makanan.

Analisis Aspek Teknik/Operasi

1. Bahan dan Alat

Peralatan yang digunakan dalam usaha bola-bola ubi lumer dapat disesuaikan dengan skala usaha yang dijalankan, mulai dari skala rumahan hingga produksi massal. Bahan-bahan dan alat-alat produksi tersebut terdiri dari: ubi jalar, tepung tapioka, susu kental manis, keju, dan coklat. Sedangkan, untuk alat-alat produksi terdiri dari kompor, panci kukus, wajan, alat penghalus ubi, dan sebagainya.



Tabel 1. Bahan – Bahan Produksi

Nama	Gambar
Ubi Jalar	
Tepung Tapioka	
Susu Kental Manis	
Keju	
Coklat	

Sumber: Internet

Tabel 2. Alat – Alat Produksi

Nama	Gambar
Kompor	
Panci Kukus	
Wajan	
Spatula	
Serok	
Wadah Adonan	
Mixer	

Kemasan	
Stiker Logo	

Sumber: Intenet

2. Proses Produksi

a) Penyediaan Bahan Baku

Bahan utama ubi harus disiapkan dengan kualitas yang optimal dan bebas dari kerusakan atau kebusukan untuk menjaga rasa dan tekstur bola-bola ubi lumer. Bahan tambahan, seperti tepung tapioka, susu kental manis, keju, serta bahan pelengkap lainnya, dipilih dengan cermat untuk mencapai cita rasa yang optimal dan konsistensi yang sesuai.

b) Pengolahan Ubi

Ubi sebaiknya dikukus atau direbus hingga mencapai kelembutan yang tepat sebelum proses penghancuran. Menghaluskan ubi menggunakan mixer untuk menghasilkan adonan yang halus dan mudah dibentuk. Ubi yang telah dihancurkan dicampurkan dengan tepung tapioka, susu kental manis, dan sedikit air, untuk membentuk adonan bola.

c) Pembentukan dan Penggorengan

Adonan ubi yang telah dicampur secara merata kemudian dibentuk menjadi bola-bola kecil secara manual. Bola-bola ubi selanjutnya digoreng dalam minyak yang masih dingin dan terus dibolak-balik hingga matang.

d) Pengemasan

Setelah bola ubi matang, produk harus didinginkan terlebih dahulu sebelum dikemas. Pengemasan menggunakan kemasan kertas yang sudah dilengkapi dengan stiker logo yang praktis dan higienis.

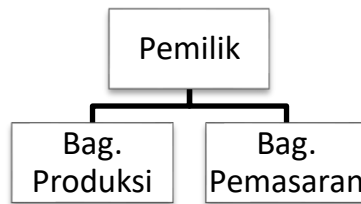
3. Kapasitas Produksi

Asumsi kami akan memproduksi sekitar 30 porsi setiap harinya, maka dalam satu bulan (25 hari) akan menghasilkan sebanyak 750 porsi bola-bola ubi lumer. Kami mulai beroperasi dari pukul 10.00-16.00 WIB.

Analisis Aspek Manajemen dan Organisasi

1. Struktur Organisasi

Bola-bola ubi lumer merupakan sebuah usaha yang beroperasi dalam bentuk perseorangan, di mana pemilik usaha berperan sebagai penyedia modal, pengelola usaha, serta pencipta produk. Pemilik usaha juga terlibat dalam proses pemasaran dan pelayanan kepada konsumen yang melakukan pemesanan.



Gambar 1. Struktur Organisasi Bola-bola Ubi Lumer

Usaha bola-bola ubi lumer dijalankan oleh 3 orang, dimana 1 orang berperan sebagai pemilik usaha yang menangani aspek operasional dan keuangan. Lalu, 1 orang yang bertanggung jawab atas produksi, dan 1 orang lagi menangani bagian pemasaran serta pelayanan pelanggan.

2. Ketersediaan Sumber Daya Manusia

a) Job Spesifikasi

- Pria/Wanita.
- Berusia minimal 18 tahun-30 tahun.
- Pendidikan minimal SMA/SMK (diutamakan jurusan Tata Boga).
- Punya ketertarikan dan keterampilan dalam bidang memasak.
- Memahami standar kebersihan dan keamanan dalam pengolahan makanan.

b) Job Deskripsi

Tabel 3. Job Deskripsi

Posisi	Tugas
Pemilik	<ul style="list-style-type: none"> ● Bertanggung jawab atas keseluruhan operasi bisnis. ● Mengawasi setiap aktivitas harian yang meliputi produksi dan penjualan. ● Mengelola aspek keuangan dan merumuskan strategi bisnis yang efektif. ● Membangun hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.
Bagian Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ● Bertanggung jawab atas pembuatan bola-bola ubi, mulai dari persiapan bahan hingga proses pengolahannya. ● Memastikan kualitas produk dan standar kebersihan tetap terjaga. ● Mengelola stok bahan baku serta memastikan efisiensi dalam proses produksi.
Bagian Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ● Bertanggung jawab dalam memasarkan produk, baik melalui saluran online maupun offline. Tugas ini mencakup penjualan langsung di lapangan serta melalui media sosial dan marketplace. ● Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dan mengelola proses pemesanan.

- Mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

Analisis Aspek Keuangan

Berikut adalah rincian biaya dari usaha bola-bola ubi lumer yang terdiri dari modal investasi awal, biaya bahan baku langsung, utilitas, dan biaya tenaga kerja.

Tabel 4. Modal Usaha Bola-Bola Ubi Lumer

Nama	Unit	Biaya/ Unit (Rp)	Biaya/ Bulan (Rp)
Modal Investasi Awal			
Booth Portabel	1	1.000.000	1.000.000
Kompor	1	160.000	160.000
Wajan	1	40.000	40.000
Spatula	1	13.000	13.000
Pisau	1	5.000	5.000
Saringan Minyak	1	12.000	12.000
Panci Kukus	1	50.000	50.000
Wadah Adonan	1	17.000	17.000
Mixer	1	50.000	50.000
Total			1.347.000
Bahan Baku Langsung			
Ubi Jalar	2 kg	24.000	600.000
Tepung Tapioka	500 gr	5.000	125.000
Susu Kental Manis	280 gr	12.000	36.000
Keju Quick Melt	160 gr	24.000	600.000
Coklat Blok	250 gr	30.000	600.000
Minyak Goreng	1 liter	18.000	450.000
Kemasan Kertas	100 pcs	24.000	72.000
Tusukan Sate	300 pcs	5.000	5.000
Stiker Logo	100 pcs	1.000	100.000
Total			2.588.000
Utilitas			
Biaya Sewa Tempat	1	500.000	500.000
Gas Elpiji	2	22.000	44.000
Air dan Listrik	1	100.000	100.000
Biaya Transportasi	1	20.000	100.000
Biaya Promosi	1	100.000	100.000
Total			844.000
Biaya Tenaga Kerja			
Tenaga Kerja	3	500.000	1.500.000
Total			1.500.000
Total Modal Usaha			6.279.000

Tabel 5. Harga Pokok Penjualan

Biaya Produksi	Jumlah (Rp)
Bahan Baku Langsung	2.588.000
Tenaga Kerja Langsung	1.500.000
Utilitas	844.000
Penyusutan Peralatan 10%	280.700
Total Biaya	5.212.700
Jumlah Produk Yang Dihasilkan	750 Unit
HPP per Unit	6.950
Mark Up 40%	2.780
Harga Jual	9.730
	≈10.000

Tabel 6. Laporan Laba Rugi

Nama	Jumlah
Pendapatan Penjualan	7.500.000
Biaya Perlengkapan	2.288.000
Biaya Tenaga Kerja	1.500.000
Utilitas	844.000
Penyusutan Peralatan 10%	280.700
Total Biaya	5.212.700
Laba Bersih	2.287.300

1. Net Present Value (NPV)

Dalam perhitungan NPV ditetapkan diskon faktor sebesar 10% yang mengikuti bulan berjalan. Kriteria ini digunakan untuk mengetahui nilai dari investasi melalui pertimbangan perubahan nilai mata uang atau inflasi.

$$DF = \frac{1}{(1 + r)^t}$$

Tabel 7. Net Present Value (NPV)

Bulan	Net Cash Flow (Rp)	DF (10%)	Present Value (Rp)
Desember	2.287.300	0,90	2.058.570
Januari	2.287.300	0,82	1.875.586
Februari	2.287.300	0,75	1.715.475
Maret	2.287.300	0,68	1.555.364
April	2.287.300	0,62	1.148.126
Jumlah Arus Kas Bersih			8.623.121
Jumlah Investasi			6.279.000
NPV			2.344.121

Berdasarkan perhitungan Net Present Value (NPV) diatas diperoleh nilai positif dari usaha Bola – Bola Ubi Lumer sebesar Rp 2.344.121 dan karena nilainya lebih besar dari 0, maka usaha ini menunjukkan bahwa investasi pada usaha ini layak untuk dikembangkan.

2. Payback Period (PP)

Analisa Payback Period adalah waktu yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan *Net Cash Flow (NCF)*. Sesuai dengan namanya, metode ini berarti dalam beberapa lama biaya investasi sudah kembali, (Anggraini, 2020).

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih Per Bulan}} \times 1 \text{ Bulan}$$

$$PP = \frac{\text{Rp 6.279.000}}{\text{Rp 2.287.300}} \times 1 \text{ Bulan}$$

$$PP = 2,75$$

Payback Period untuk mengembalikan modal usaha Bola-Bola Ubi Lumer adalah 2,75 bulan atau 68,75 hari.

3. Profitability Index (PI)

Metode ini digunakan untuk menghitung perbandingan antara nilai sekarang aliran kas bersih dengan nilai sekarang investasi awal. Kriteria penilaian pada kali ini jika nilai $PI > 1$ sebuah usulan investasi mendapat predikat layak, sebaliknya jika $PI < 1$ usulan proyek dikatakan belum layak (Wicaksono et al., 2021).

$$PI = \frac{\text{Nilai Sekarang Aliran Kas Bersih}}{\text{Nilai Investasi Awal}}$$

$$PI = \frac{8.623.121}{6.279.000}$$

$$PI = 1,37$$

Berdasarkan hasil perhitungan PI menunjukkan bahwa usaha Bola-Bola Ubi Lumer adalah layak untuk dikembangkan karena hasil PI lebih dari 1 yakni 1,37.

4. Internal Rate of Return (IRR)

Metode ini berguna untuk mencari tingkat yang dipakai untuk mengontrol aliran kas bersih yang akan diterima di masa yang akan datang, sehingga jumlahnya sama dengan investasi awal. Kriteria investasi ini menunjukkan tingkatan rata-rata keuntungan tahunan yang ditunjukkan dalam satuan persen (%). Jika IRR lebih besar dari investasi awal, maka investasi dikatakan layak.

Tabel 8. Internal Rate of Return (IRR)

Bulan	Net Cash Flow (Rp)	DF (10%)	Present Value (Rp)	DF (15%)	Present Value (Rp)
Des	2.287.300	0,90	2.058.570	0,86	1.967.078
Jan	2.287.300	0,82	1.875.586	0,75	1.715.475
Feb	2.287.300	0,75	1.715.475	0,65	1.486.745
Mar	2.287.300	0,68	1.555.364	0,57	1.303.761
Apr	2.287.300	0,62	1.148.126	0,49	1.120.777
Jumlah Arus Kas Bersih			8.623.121		7.593.836
Jumlah Investasi			6.279.000		6.279.000

NPV	2.344.121	1.314.836
-----	-----------	-----------

$$IRR = FD_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (FD_2 - FD_1)$$

$$IRR = 10\% + \frac{8.623.121}{8.623.121 - 7.593.836} (15\% - 10\%)$$

$$IRR = 10\% + \frac{8.623.121}{1.029.285} (5\%)$$

$$IRR = 10\% + 8,37(5\%)$$

$$IRR = 10\% + 0,41\%$$

$$IRR = 10,41\%$$

Nilai IRR dari perhitungan diatas sebesar 10,41% berarti lebih besar dari biaya rata-rata 10% sehingga dapat dikatakan usaha pengembangan yang dijalankan oleh usaha Bola-Bola Ubi Lumer ini layak.

Tabel 9. Hasil Analisis Aspek Keuangan

Metode	Hasil	Keterangan
NPV	(2.344.121>0)	Investasi Layak
PP	(2,75<12)	Investasi Layak
PI	(1,37>1)	Investasi Layak
IRR	(10,41%>10%)	Investasi Layak

Berdasarkan hasil analisis kriteria kelayakan bisnis dalam aspek finansial, usaha Bobilu Bola-Bola Ubi Lumer dapat dinyatakan layak untuk penambahan modal investasi dalam pengembangan usahanya.

Analisis Aspek AMDAL

1. Dampak Pada Sumber Daya Alam

Penggunaan ubi dari pertanian lokal dengan praktik pertanian tanpa bahan kimia berlebih dapat memberikan dampak lingkungan yang positif. Pemilihan pemasok yang bertanggung jawab juga akan berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

2. Dampak Pada Air

Proses produksi bola ubi lumer memerlukan penggunaan air yang efisien dan pengelolaan yang baik untuk mencegah pemborosan dan pencemaran lingkungan. Limbah cair dari proses produksi, seperti air cucian ubi atau limbah minyak, harus dibuang dengan aman sesuai regulasi lingkungan.

3. Dampak Pada Udara

Proses penggorengan menghasilkan emisi gas karbon yang berpotensi mencemari udara tanpa ventilasi yang memadai. Penggunaan minyak goreng berulang kali dapat melepaskan zat berbahaya ke udara, sehingga sistem ventilasi yang efektif dan penggunaan minyak berkualitas penting untuk mengurangi polusi udara.

4. Dampak Pada Limbah

Limbah dari kegiatan ini terdiri dari kulit ubi, kemasan produk, dan sisa bahan baku lainnya. Kulit ubi dapat digunakan sebagai pakan ternak atau dijadikan kompos untuk mengurangi sampah. Untuk kemasan disarankan berbahan dasar kertas agar lebih ramah lingkungan.

KESIMPULAN

Hasil analisis dari aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa usaha Bola-Bola Ubi Lumer memiliki prospek yang menjanjikan di pasar camilan Indonesia, sejalan dengan tren makanan sehat, praktis, dan lezat. Analisis dari aspek teknik dan operasi mengindikasikan bahwa proses penyediaan bahan baku hingga penyajian, serta ketersediaan mesin dan teknologi yang memadai, mendukung daya saing di sektor kuliner. Analisis dari aspek manajemen dan organisasi menekankan pentingnya adanya struktur organisasi yang efisien, tim yang terlatih, serta koordinasi yang baik dalam operasional usaha. Dari perspektif analisis mengenai dampak lingkungan (amdal), diketahui bahwa dampak yang ditimbulkan relatif kecil; meskipun demikian, pengelolaan sumber daya alam, limbah, dan emisi tetap perlu mendapat perhatian serius. Berdasarkan hasil analisis aspek non-finansial diatas, maka usaha Bola-Bola Ubi Lumer dinyatakan layak untuk dijalankan.

Dalam konteks keuangan, analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa usaha Bola-Bola Ubi Lumer memiliki potensi keuntungan yang signifikan, yang ditunjang oleh biaya produksi yang rendah serta permintaan pasar yang stabil. Dengan penerapan metode *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Profitability Index (PI)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*, diperoleh hasil sebagai berikut: NPV sebesar Rp 2.344.121; PP selama 2,75 bulan; PI sebesar 1,37; serta IRR sebesar 10,41%. Berdasarkan hasil tersebut, usaha Bola-Bola Ubi Lumer dinyatakan layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffianti, I., & Nuada, I. W. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tempe Kobe Panda. *Open Journal Systems*, 3169-3176.
- Artiningsih, D. W. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis*. Surabaya: PT. Muara Karya.
- Berliani, D. N., & Abadi, M. T. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong S3 Di Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan). *Business and Management Journal*, 60-68.
- Fardillah, F., & Zahrowain, M. Y. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Umkm Kota Tangerang (Studi Kasus Usaha Soto Daging Sapi "Mbah Man" Kondang Rasa). *Journal Industrial Manufacturing*, 157-166.
- Haq, N. S., Yunita, T., Sayeti, A. B., & Prasetyo, R. B. (2023). Analisis Swot Pada Umkm Bola Ubi Lumer Crispy Dalam Meningkatkan Strategi Dan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 444-453.
- Ilham, W. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan UMKM Kota Batam Pada Usaha Bunbun Cookies And Cakes. *Jurnal Mata Pariwisata*, 58-66.
- Ma'rifah, A. R., A, M. R., Alamsyah, S., & Oktaviany, M. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Kuliner Risol Mayo. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 61-69.
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 219-229 .
- Sutardi, A., Razmayanti, A. R., Rizki, M. P., Syaifullah, R., Priyadi, S. A., & Dianti, Y. S. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKMMie Ngonah. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 223-234.