

ANALISIS KELAYAKAN USAHA FOTOCOPY DI SEKITAR LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS RIAU PEKANBARU

MHD Bintang Ihsan¹⁾, Syapsan²⁾, Eka Armas Pailis²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email : Bintangih sann@gmail.com

Feasibility Analysis of Photocopying Around the Riau University Campus, Pekanbaru

ABSTRACT

Photocopying business is a small business whose implementation does not really require a high level of education, so that it can help open up job opportunities for human resources who have low education and will reduce the unemployment rate. will later encourage people's purchasing power and in time can contribute to the regional economy. Therefore, this study aims to determine the feasibility of a photocopying business around the Riau University, Pekanbaru campus. The population in this study were all photocopying service businesses around the Riau University campus which amounted to 14 photocopying service industries which were also used as research samples. This research uses quantitative descriptive analysis technique or feasibility test. The results of this study indicate that in terms of financial aspects, namely NPV, BC Ratio and IRR for 14 photocopying business actors in the Riau University campus environment, it is feasible to run and from non-financial aspects, namely legal aspects, market aspects, technical and technological aspects and aspects of non-financial aspects. economic and social is also feasible to run.

Keywords : Analysis Business Feasibility,, Photocopying Business, UMKM

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan dalam suatu perekonomian. Kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya pertumbuhan yang ditunjukkan oleh perubahan output nasional. Adanya perubahan output dalam perekonomian merupakan analisis ekonomi jangka pendek. Secara umum teori tentang pertumbuhan ekonomi dapat di kelompokkan menjadi dua, yaitu teori pertumbuhan ekonomi klasik dan teori pertumbuhan ekonomi modern. Pada teori pertumbuhan ekonomi klasik, analisis di dasarkan pada kepercayaan dan efektivitas mekanisme pasar bebas. Teori ini merupakan teori yang dicetuskan oleh para ahli ekonom klasik antara lain Adam Smith, David Ricardo. Teori lain yang menjelaskan pertumbuhan ekonomi adalah teori

ekonomi modern. Teori pertumbuhan Harrod-Domar merupakan salah satu teori pertumbuhan ekonomi modern, teori ini menekankan arti pentingnya pembentukan investasi bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin tinggi investasi maka akan semakin baik perekonomian, investasi tidak hanya memiliki pengaruh terhadap permintaan agregat tetapi juga terhadap penawaran agregat melalui pengaruhnya terhadap kapasitas produksi. Dalam perspektif yang lebih Perubahan terhadap tatanan ekonomi dunia dengan semakin bertumbuhnya kekuatan-kekuatan ekonomi baru dan semakin pudarnya kekuatan-kekuatan ekonomi lama memberikan pengaruh terhadap perekonomian indonesia. Di samping itu tekanan-tekanan yang terjadi terhadap perekonomian dunia seperti naiknya harga komoditas-komoditas utama dunia perlu untuk mengambil kebijakan yang tepat.

Pada sisi yang lain, perekonomian Indonesia rupanya menampakkan kemajuan yang membanggakan beberapa saat sebelum krisis yang lalu. Lihat saja, pembangunan infrastruktur yang fenomenal, ekspor sektor non migas yang meningkat tajam dan pertumbuhan ekonomi yang tinggi adalah beberapa contoh kemajuan yang patut mendapat pujian. Berbagai kemajuan ini telah membuat negara maju membuka mata kepada Indonesia sebagai negara raksasa yang siap bangun dan menjadi peta kekuatan baru dalam perekonomian dunia.

Semakin maraknya usaha bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kalangan masyarakat, salah satu yang berkembang pesat adalah usaha bisnis bidang jasa yaitu fotocopy. Meninggi dan meningkatnya jumlah bisnis bidang jasa fotocopy akan meningkatkan persaingan usaha. Salah satu strategi memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan dan menetapkan produk dan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju. Pemahaman terhadap bauran pemasaran (*Marketing Mix*), perilaku konsumen (*Costumer behavior*), serta keputusan pembelian konsumen harus dimiliki oleh pengusaha bidang jasa fotocopy untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju, sehingga pengusaha fotocopy dapat menarik banyak konsumen potensial dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Pada dasarnya percetakan merupakan sebuah industri yang diperuntukkan untuk memproduksi tulisan maupun gambar dalam jumlah yang sangat banyak. Media yang digunakan pun berbagai macam, namun yang sering kita jumpai yakni dalam media kertas, plastik, PVC dan sebagainya. Percetakan (*printing*) merupakan salah satu format media primer yang sulit dicari penggantinya selama lebih dari 500 tahun. *Printing* bahkan dianggap sebagai salah satu

kebutuhan primer manusia. Menurut Dessy Danarti dan Suryo Sukendro (2008), cetak digital semua teknologi reproduksi yang menerima data elektronik dan menggunakan titik untuk replikasi. Semua mesin cetak yang memanfaatkan komputer sebagai sumber data dan proses cetak memanfaatkan prinsip titik dimana gambar atau image pada material (kertas, plastik, tekstil, dll) tersusun dari kumpulan titik-titik.

Kota Pekanbaru memiliki sektor jasa yang tersebar di berbagai tempat yaitu salah satunya usaha jasa fotocopy. Jenis usaha fotocopy merupakan salah satu langkah yang tepat dilakukan untuk mengurangi tingkat pengangguran sebab fotocopy adalah salah satu kebutuhan sebagian besar pelajar, mahasiswa, dosen, karyawan maupun masyarakat di sekitar lingkungan kampus yang sirkulasinya permintaannya dilakukan setiap hari. Daya saing yang dimiliki usaha fotocopy cukup tinggi sehingga kebutuhan relatif stabil.

Untuk mengetahui persebaran industri kecil di Kota Pekanbaru Tahun 2014-2018 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Industri Kecil di Kota Pekanbaru Tahun 2014-2018 :

No	Tahun	Perkembangan Industri Kecil (Unit)
1	2014	140
2	2015	130
3	2016	145
4	2017	135
5	2018	120

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, 2019

Dari tabel 1 diatas menunjukkan bahwa industri kecil di Kota Pekanbaru pada tahun 2014-2018. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan industri kecil jumlahnya naik turun setiap tahunnya. Jumlah industri kecil terbesar pada tahun 2016 dengan 140 unit. Sedangkan terendah terdapat pada tahun 2018 sebesar 120 unit.

Apabila dilihat dari peranan industri kecil menengah di Kota Pekanbaru, sangat penting bagi

kemajuan perekonomian daerah karena jenis industri kecil ini dapat menciptakan kesempatan berusaha, perluasan lapangan kerja serta pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, pendapatan sektor industri menjadi prioritas utama yang akan mendorong pertumbuhan sektor pembangunan lainnya.

Adanya sektor jasa maka akan membuka kesempatan para UKM (usaha kecil menengah) dalam membuka usahanya yang meningkatkan pendapatan masyarakat. Adapun perkembangan jumlah usaha fotocopy di sekitaran kampus pada tahun 2015-2019 dapat kita lihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2 Perkembangan Jumlah Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus Universitas Riau Tahun 2015-2019 :

No	Tahun	Jumlah Usaha (Unit)
1	2015	4
2	2016	6
3	2017	8
4	2018	10
5	2019	14

Sumber : Dinas UMKM Kota Pekanbaru, 2019

Dari tabel 2 terlihat bahwa dalam lima tahun terakhir, jumlah unit usaha fotocopy di Kota Pekanbaru mengalami peningkatan. Jumlah usaha yang terkecil terjadi pada tahun 2015 dengan jumlah 4 unit. Sedangkan jumlah usaha yang terbesar terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah 14 unit. Hal ini menunjukkan usaha fotocopy memiliki perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun.

Usaha fotocopy merupakan usaha kecil yang pelaksanaannya tidak terlalu membutuhkan jenjang pendidikan yang terlalu tinggi, sehingga dapat membantu membuka lapangan pekerjaan kerja bagi sumber daya manusia yang memiliki pendidikan rendah dan akan mengurangi tingkat pengangguran, terbukanya lapangan pekerja ini tentu saja akan meningkatkan pendapatan para pekerja yang akan nantinya akan mendorong daya beli masyarakat dan pada waktunya

dapat berkontribusi pada roda perekonomian daerah.

Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk menganalisis usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus, karena melihat perkembangannya yang sampai sekarang masih ada. Hasil analisis tersebut diperlukan guna mengetahui apakah rencana pendirian usaha akan menguntungkan secara ekonomis atau tidak, karena kegiatan yang akan dilaksanakan oleh suatu usaha pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomis.

Berdasarkan uraian penjelasan tersebut peneliti berniat untuk membahas lebih lanjut fenomena tersebut diatas dengan judul: **“Analisis Kelayakan Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan di latar belakang sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Bagaimana kelayakan usaha fotocopy di sekitar lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui kelayakan usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan diatas, adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut : 1) Bagi dunia ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penambahan ilmu pengetahuan. 2) Dengan penelitian ini dapat diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat serta pemilik usaha dalam pengembangan industri kecil. 3) Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan industri kecil atau

industri lainnya ataupun sebagai sumbangan pemikiran bagi pemerintah Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Industri

Secara sederhana dalam kamus besar ekonomi (Winarno dan Sujana, 2007) dijelaskan bahwa definisi industri adalah kegiatan ekonomi dengan memproses atau mengolah bahan-bahan atau barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, seperti mesin, untuk menghasilkan barang jadi atau jasa.

Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, bentuk produk akhir, dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri dapat didefinisikan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang (cross elasticities of demand) yang positif dan tinggi (Kuncoro, 2007). Industri memiliki dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis, yang kedua industri dapat merujuk ke suatu sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi (Dumairy, 1996). Sedangkan pengertian secara sempit, industri ialah suatu kegiatan yang mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia maupun dengan tangan sehingga menjadi barang yang setengah jadi. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia tahun 2014, industri ialah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai manfaat dan nilai tambah.

Jenis-Jenis Industri

Menurut Arsyad (2004) pengelompokan industri dibedakan menjadi empat yaitu:

1. Industri kerajinan rumah tangga, ialah perusahaan atau usaha industri

pengolahan yang memiliki pekerja 1-4 orang.

2. Industri kecil, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 5-19 orang.
3. Industri sedang, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 20-99 orang.
4. Industri besar, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih.

Sementara bank indonesia untuk keperluan kalangan perbankan menetapkan batasan tersendiri mengenai besar kecilnya skala usaha suatu perusahaan/industri berdasarkan kekayaan (assets) yang dimiliki. Klasifikasinya antara lain :

1. Perusahaan besar: perusahaan yang memiliki asset (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan), \geq Rp 600 juta.
2. Perusahaan kecil: perusahaan yang memiliki asset (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan) $<$ Rp 600 juta.

Sektor Jasa

Pengertian jasa menurut Hurriyati (2010) adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan dan memberikan nilai tambahan serta secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Jasa (*service*) menurut Kotler dan Keller (2012) "*Any activity or performance that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or not be tied to a physical product*".

Menurut Nasution (2015) Jasa memiliki empat karakteristik utama, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisah (*inseparability*), bervariasi (*variability*) dan mudah lenyap (*perishability*).

Teori Biaya dan Harga

Biaya merupakan sebuah elemen yang tidak dapat dipisahkan dari

aktivitas perusahaan. Biaya didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, dkk, 2008). Menurut Bustami dan Nurlela (2006), biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara menurut Kuswadi (2005), biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga, baik yang berkaitan dengan usaha pokok perusahaan maupun tidak. Biaya diukur dalam unit moneter dan digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang diproduksi perusahaan.

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Konsep Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Rangkuti, 2015). Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut, yakni :

1. **Competitive Advantage:** merupakan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar unggul dibandingkan dengan pesaingnya.
2. **Distinctive Competence:** tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan pesaingnya.

Tenaga Kerja dan Penggolongannya

Tenaga kerja merupakan istilah yang identik dengan istilah personalia, di dalamnya meliputi buruh. Buruh yang dimaksud adalah mereka yang bekerja pada usaha perorangan dan diberikan imbalan kerja secara harian maupun borongan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, biasanya imbalan kerja tersebut diberikan secara harian. Selain itu juga, pengertian tenaga kerja menurut BPS adalah salah satu moda bagi gerak roda pembangunan. Jumlah dan komposisi tenaga kerja selalu mengalami perubahan seiring dengan berlangsungnya dinamika penduduk. Ketidakseimbangan antara jumlah angkatan dan lowongan kerja yang tersedia menyebabkan timbulnya masalah-masalah sosial. Pengertian tenaga kerja dalam penelitian ini adalah mereka yang bekerja pada suatu perusahaan yang di dalam maupun di luar hubungan kerja untuk menghasilkan barang.

Tenaga kerja di Indonesia menghadapi permasalahan dalam hal produktifitasnya yang rendah. Di samping itu masalah yang timbul dari ketenagakerjaan adalah ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan pada suatu tingkat upah tertentu. Keadaan umum yang terjadi adalah adanya kelebihan jumlah penawaran tenaga kerja tertentu. Hal ini terjadi akibat jumlah orang yang mencari pekerjaan atau yang menganggur semakin besar. Keadaan tersebut membawa konsekuensi terhadap usaha penyediaan lapangan pekerjaan bagi angkatan kerja baru.

Dengan adanya permasalahan mengenai ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran tenaga kerja, maka perlu upaya peningkatan mutu tenaga kerja, dan meningkatkan sumberdaya manusia yang baik akan menghasilkan tenaga kerja yang terampil dan mempunyai produktifitas yang tinggi. Akibatnya tenaga kerja akan mudah dalam mencari kerja, atau mampu menciptakan lapangan kerja sendiri (Ananta, 1986).

Teori Fungsi Produksi

Terdapat banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi dua faktor ialah faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi setiap perusahaan dapat di lihat berdasarkan fungsi produksinya. Fungsi produksi adalah suatu hubungan antara input maupun output. Input yaitu barang-barang yang digunakan untuk menghasilkan barang-barang lain. Sedangkan output yaitu barang-barang yang di hasilkan dari kombinasi-kombinasi input tersebut. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan $Y = f(L, K, R, T, S)$, dimana Y ialah besarnya output, L ialah besarnya atau jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk keperluan produksi, K ialah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi, R menunjukkan banyaknya sumber-sumber riil, T menunjukkan teknologi yang digunakan, kemudian S ialah karakteristik sosial budaya yang mempengaruhi. Faktor produksi yaitu sebagai benda-benda yang telah disediakan oleh alam atau yang telah diciptakan oleh manusia yang dapat di pergunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi yang terdapat dalam perekonomian di bedakan menjadi tiga 3 jenis ialah sumber daya manusia, modal dan keahlian kewirausahaan.

Teori Modal dan Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan total biaya (TC), jadi $Pd = TR - TC$. Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Biaya biasanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variabel Cost*). Biaya tetap adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, contohnya biaya untuk tenaga kerja. Total biaya (total cost) adalah jumlah dari biaya tetap (fixed cost) dan

biaya variabel (*variabel cost*), maka $TC = FC + VC$ (Sujarno, 2008).

Menurut Noor (2007) pendapatan berasal dari penjualan, sementara itu nilai penjualan ditentukan oleh jumlah atau unit yang terjual (*quantity*) dan harga jual (*price*), atau lebih sederhana dikatakan pendapatan fungsi (*quantity price*) sedangkan pendapatan industri kecil diartikan sebagai hasil yang diperoleh pengusaha dalam mengorganisasikan faktor produksi yang dikelolanya.

Modal juga akan digunakan sebagai biaya dalam pembelian suatu sumber sumber produksi yang dikatakan sebagai biaya usaha. Biaya usaha ini biasanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap (FC) adalah biaya yang relative tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun barang yang dijual banyak atau sedikit. Biaya variabel (VC) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh barang yang dijual, contohnya biaya untuk tenaga kerja. Total biaya (TC) adalah jumlah dari biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC), maka $TC = FC + VC$.

Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan (Suliyanto, 2010)

Berikut ada empat metode untuk menghitung analisis kelayakan usaha diantaranya sebagai berikut :

a. Net Present Value (NPV)

Net Present Value yaitu selisih antara present value dan benefit dari biaya sehingga dapat memperkirakan arus kas, investasi, pada masa akan datang yang akan didiskontokan pada

saat ini. Rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Present Value (NPV)} = \text{PVTB} - \text{PVTC}$$

Dimana:

NPV = Net Present Value

PVTB = Present Value Total Benefit

PVTC = Present Value Total Cost

b. Benefit Cost Ratio

Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara present value benefit dengan present value cost. Rumus yang digunakan untuk menghitung B/C Ratio sebagai berikut:

$$\text{Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)} = \frac{\sum \text{PVTB}}{\sum \text{PVTC}}$$

Dimana:

PVTB = Present Value Total Benefit

PVTC = Present Value Total Cost

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari semua aliran kas masuk dengan aliran keluar dari suatu investasi proyek. Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR sebagai berikut:

$$\text{IRR} = \text{DF1} + \frac{(\text{DF2} - \text{DF1}) \times \text{NPV}}{\text{NPV1} - \text{NPV2}}$$

Dimana:

IRR : Internal Rate Of Return

DF1 : Discount faktor yang menghasilkan NPV positif

DF2 : Discount faktor yang menghasilkan NPV negatif

c. Payback Period (PP)

Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan atau suatu investasi yang menghasilkan *cash flow* yang dapat menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan. Sebuah investasi diterima/layak jika *Payback Period* lebih rendah daripada waktu yang dipersyaratkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung Payback Period sebagai berikut:

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

Aspek Non Finansial

A. Aspek Hukum

Aspek hukum bertujuan untuk meneliti kesahan. Kesempurnaan dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki peneliti ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus `memenuhi terlebih dahulu (Sofyan, 2004) Aspek hukum mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan bisnis.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar (2004) "aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan." Aspek pasar dan pemasaran menyajikan tentang peluang pasar, perkembangan permintaan produk di masa mendatang, kendala-kendala yang dihadapi seperti keberadaan pesaing, serta beberapa strategi yang dilakukan dalam pemasaran. Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, market share yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai market share yang diharapkan. Analisis aspek pasar yaitu menganalisis jenis produk yang akan diproduksi, banyaknya produk yang diminta oleh konsumen, serta menganalisis banyaknya produk yang ditawarkan oleh pesaing.

C. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknik menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha. Hal yang perlu dianalisis pada aspek teknis dan teknologi yaitu:

1. Pemilihan lokasi pabrik karena lokasi pabrik yang strategis merupakan salah satu sumber keunggulan bersaing.

2. Penentuan skala produksi yang optimal karena skala produksi yang terlalu besar akan menimbulkan pemborosan, namun sebaliknya skala produksi yang terlalu besar akan kehilangan keuntungan peluang untuk mendapatkan keuntungan.
3. Pemilihan mesin dan peralatan karena mesin dan peralatan yang digunakan sangat berpengaruh pada keberhasilan proses produksi.
4. Pemilihan teknologi karena teknologi yang tepat memampukan perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dalam waktu yang cepat dan biaya lebih murah.

D. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia adalah aspek yang mencakup manajemen dalam pembangunan proyek dan manajemen dalam operasi. Manajemen dalam pembangunan proyek mengkaji tentang pembangunan proyek secara fisik, sedangkan manajemen dalam operasi mencakup pengadaan sumber daya manusia, jumlah tenaga kerja serta kualifikasi yang diperlukan untuk mengelola dan mengoperasikan suatu proyek. "Aspek manajemen dan organisasi digunakan untuk meneliti kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut, kemudian mencari bentuk struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan" (Kasmir dan Jakfar, 2004).

E. Aspek Sosial dan Ekonomi

Dalam aspek sosial dan ekonomi yang dinilai adalah seberapa besar mempunyai dampak sosial dan ekonomi terhadap keseluruhan masyarakat. Dampak-dampak yang ditimbulkan ada dampak positif pada usaha fotocopy adalah meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar karena adanya lapangan kerja baru dan mampu mengurangi pengangguran

Aspek Finansial

Sofyan (2004) menjelaskan, "analisis finansial adalah kegiatan melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha." Kajian Aspek finansial atau keuangan pada studi kelayakan bertujuan untuk :

1. Menganalisis sumber dana untuk menjalankan usaha.
2. Menganalisis besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan.
3. Menganalisis besarnya kebutuhan modal yang diperlukan.
4. Memproyeksikan rugi laba usaha yang akan dijalankan.
5. Memproyeksikan arus kas dari usaha yang dijalankan.
6. Menganalisis tingkat pengembalian investasi, seperti *Net Present Value*, *Benefit Cost Ratio*, *Internal Rate of Return*, dan *Payback Period*

Payback Period

Payback Period merupakan waktu yang dibutuhkan atas suatu investasi yang menghasilkan cash flow yang dapat menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan. Payback Period dapat diartikan sebagai jangka waktu kembalinya investasi yang telah dikeluarkan melalui keuntungan yang diperoleh dari suatu proyek yang direncanakan. Sebuah investasi diterima atau layak jika Payback Period lebih rendah dari waktu yang dipersyaratkan (Syafri, 2016).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah)

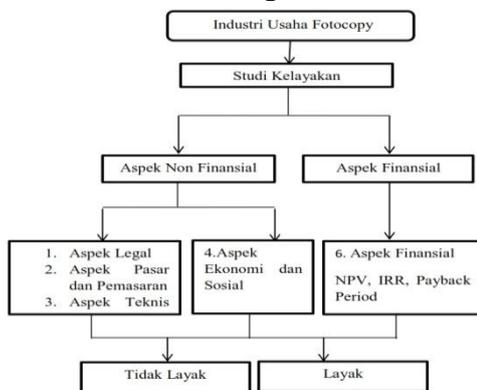
Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah paada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha

menengah. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan September 2020 di Kota Pekanbaru, karena Kota Pekanbaru merupakan Ibukota dari Provinsi Riau yang sedang mengalami perkembangan yang pesat di segala aspek. Pertimbangan lain memilih Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian karena Kota Pekanbaru

sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan industri usaha UMKM salah satunya yang termasuk adalah usaha jasa fotocopy.

Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (bahan penelitian). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha jasa fotocopy yang ada di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau yang berjumlah 14 industri jasa fotocopy.

b. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara terinci maka peneliti menggunakan metode sensus untuk penentuan sampel, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan seluruh jumlah populasi digunakan sebagai sampel yaitu sebanyak 14 sampel usaha jasa fotocopy yang ada di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau.

Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden yang dijadikan objek penulisan antara lain jumlah pendapatan, besarnya modal dan biaya operasional.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari tulisan dan laporan berbagai sumber data antara lain, Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru dan instansi yang terkait.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini usaha pengumpulan data yang diperlukan cara-cara sebagai berikut :

1. Observasi
Yaitu suatu teknik pengumpulan data dimana penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian dengan tujuan mencari informasi atau untuk mengecek kebenaran dari data yang di peroleh.
2. Kuesioner
Yaitu pengumpulan data dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden menyangkut masalah penelitian, mengenai identitas responden, pendapatan dan pengeluaran rata-rata, hambatan atau kendala perkembangan usaha fotocopy.

Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah defenisi yang memberikan penjelasan atas variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Defenisi operasional memberikan informasi yang diperoleh untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Untuk memahami variabel dan memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini diberikan informasi operasional variabel-variabel yang akan diteliti yaitu dari aspek legal atau hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek finansial yang meliputi NPV, B/C Ratio, Payback Period, dan IRR.

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengkaji dan menguraikan semua data industri usaha fotocopy berdasarkan aspek legalitas, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek ekonomi dan sosial.

2. Analisis Kuantitatif

Pada analisis kuantitatif ditinjau dari segi tersebut dengan menggunakan model-model matematis untuk melihat pendapatan dari usaha fotocopy dapat

digunakan rumus (Husnan,2000). Sebagai berikut:

a. Net Present Value (NPV)

Net Present Value yaitu selisih antara present value dan benefit dari biaya sehingga dapat memperkirakan arus kas, investasi, pada masa akan datang yang akan didiskontokan pada saat ini. Rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Present Value (NPV)} = \text{PVTB} - \text{PVTC}$$

Dimana:

NPV = Net Present Value

PVTB = Present Value Total Benefit

PVTC = Present Value Total Cost

b. Benefit Cost Ratio

Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara present value benefit dengan present value cost. Rumus yang digunakan untuk menghitung B/C Ratio sebagai berikut:

$$\text{Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)} = \frac{\sum \text{PVTB}}{\sum \text{PVTC}}$$

Dimana:

PVTB = Present Value Total Benefit

PVTC = Present Value Total Cost

c. Internal Rate Of Return (IRR)

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari semua aliran kas masuk dengan aliran keluar dari suatu investasi proyek. Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR sebagai berikut:

$$\text{IRR} = \text{DF1} + \frac{(\text{DF2} - \text{DF1}) \cdot \text{NPV}}{\text{NPV1} - \text{NPV2}}$$

Dimana:

IRR : Internal Rate Of Return

DF1 : Discount faktor yang menghasilkan NPV positif

DF2 : Discount faktor yang menghasilkan NPV negatif

d. Payback Period (PP)

Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan atau suatu investasi yang menghasilkan *cash flow* yang dapat

menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan. Sebuah investasi diterima/layak jika *Payback Period* lebih rendah daripada waktu yang dipersyaratkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Payback Period* sebagai berikut:

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

HASIL PENELITIAN

Analisis Non Finansial

Analisis aspek non finansial dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana industri usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus layak untuk dijalankan. Dalam penelitian ini, dikaji beberapa aspek non finansial diantaranya adalah aspek hukum izin usaha, aspek pasar, aspek teknis dan teknologi, aspek ekonomi dan sosial.

A. Aspek hukum

Aspek legalitas/hukum menganalisis kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi ketentuan hukum perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha di wilayah tertentu. Ketentuan hukum setiap jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas terhadap usaha tersebut. Berikut adalah bentuk izin usaha industri usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus.

Industri usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru 10 Usaha memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUP) dan 4 usaha belum memiliki izin. Berdasarkan hasil kuisioner responden yang telah diisi izin usaha suatu hal yang penting karena dengan adanya izin usaha dapat memberikan identitas secara hukum sehingga usaha dapat dipercaya dan merupakan satu media untuk memasarkan barang yang akan diperjual belikan.

B. Aspek Pasar

1. Permintaan

Permintaan barang untuk usaha fotocopy, Dikarenakan banyak pelajar,

mahasiswa menjadikan usaha Fotocopy sebagai sarana untuk mencari laba. Jumlah permintaan untuk usaha fotocopy barang yang diminta selalu meningkat dan pesanan pelaku usaha fotocopy dipengaruhi oleh harga, segmentasi pasar, target pasar, pendapatan konsumen dan jumlah konsumen.

2. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli atas suatu produk tertentu kepada penjual. Penentuan harga merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena harga merupakan penyebab laku tidaknya suatu produk yang ditawarkan. Penentuan harga yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan upah tenaga kerja dan biaya produksi yang digunakan oleh pelaku usaha. Dalam hal ini penulis mengambil harga usaha di 14 usaha fotocopy di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru.

Perbedaan harga usaha fotocopy pada setiap pelaku usaha di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru Perbedaan harga disebabkan oleh margin keuntungan yang ingin didapatkan

3. Target Pasar

Target pasar didasarkan oleh karakteristik setiap konsumen, seperti motivasi, kepribadian, persepsi, minat, dan gaya hidup. Selera konsumen merupakan indikator penting pada permintaan terhadap produk barang/jasa. Usaha fotocopy memiliki kreativitas yang beraneka ragam sehingga usaha fotocopy memiliki kualitas yang berbeda untuk membeli barang yang dibutuhkan Segmen pasar pelaku usaha industri usaha fotocopy ini rata-rata mencakup seluruh kalangan seperti anak-anak, remaja, maupun dewasa.

Dari 14 pengusaha fotocopy di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru target 14 pelaku usaha adalah pada Pelajar, mahasiswa, dosen, guru, dan masyarakat umum.

4. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor pendorong dalam kelancaran suatu bisnis yang dijalankan. Lokasi bisa jauh dari jangkauan konsumen dan bisa saja mudah dijangkau konsumen. Keberlangsungan sebuah usaha sangat tergantung pada konsumen. Konsumen dapat mempertimbangkan waktu tempu menuju lokasi usaha, biaya, kualitas produk, kepercayaan, kenyamanan, saat berbelanja dalam hal menyangkut pelayanan dari pihak produsen atau pelaku usaha.

Pemilihan lokasi yang dilakukan pelaku usaha Fotocopy di Sekitar lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru memiliki alasan yang berbeda-beda diantaranya adalah memiliki lokasi yang strategis, dekat dengan Kampus dan jalan raya, serta dekat dengan kalangan mahasiswa.

14 pelaku usaha fotocopy di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru berada pada posisi yang strategis karena letak dari lokasi harus dekat dengan sekolah, kampus, perkotaan, dan jalan raya, maupun pasar, seluruh usaha Fotocopy di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru pada posisi strategis karena lokasi yang strategis merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha.

5. Total Revenue Rata-rata Perbulan Usaha Fotocopy

Tabel 3 Total Revenue Rata-rata perbulan usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru:

Total Revenue Rata rata perbulan	Jumlah Usaha
8.000.000-8.500.000	1
8.501.000-9.000.000	6
9.001.000-9.500.000	7
Jumlah	14

Sumber : Data Primer Olahan,2021

Dari tabel diatas bahwa total revenue terbesar bulanan usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau dengan jumlah total revenue perbulan terbesar 9.001.000-9.500.000 dengan jumlah 7 jenis usaha

sedangkan total revenue terkecil dengan jumlah total revenue 8.000.000-8.500.000 dengan 1 jenis usaha.

6. Variabel Cost Perbulan Usaha Fotocopy

Tabel 4 Variabel Cost Perbulan Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru:

Variabel Cost Usaha Fotocopy	Jumlah Usaha
3.000.000-3.400.000	5
3.401.000-3.500.000	5
3.501.000-4.000.000	4
Jumlah	14

Sumber : Data Primer Olahan,2021

Dari tabel 4 diatas bahwa Variabel Cost Perbulan Usaha Fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau dengan variabel cost terendah 3.000.000-3.500.000 berjumlah 5 jenis usaha sedangkan variabel cost tertinggi 3.501.000-4.000.000 berjumlah 4 jenis usaha

7. Listrik

Ketersediaan listrik merupakan salah satu hal penting dalam proses usaha fotocopy. Listrik dapat membantu penggunaan alat/mesin usaha fotocopy Tenaga listrik yang dibutuhkan pelaku usaha fotocopy dari PLN

Biaya listrik yang dikeluarkan selama proses produksi pada setiap usaha Fotocopy berbeda-beda 9 usaha mempergunakan biaya listrik sebesar Rp.500.000/bulan dan 5 usaha mempergunakan biaya listrik sebesar Rp. 600.000/bulan.

8. Teknologi

Penggunaan teknologi oleh setiap pelaku usaha mempergunakan peralatan/mesin yang bervariasi untuk proses produksi usaha fotocopy

Jumlah mesin yang digunakan dalam usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru. Ada 9 usaha menggunakan jumlah mesin fotocopy 2 unit dengan sedangkan 5 usaha menggunakan jumlah mesin fotocopy 3 unit

9. Tenaga Kerja

Dalam menggerakkan suatu kegiatan produksi, tenaga kerja memiliki peran yang sangat penting. Para pengusaha perlu menjaga produktivitas tenaga kerja agar meningkatkan produktivitas suatu usaha. Tenaga kerja pada industri usaha fotocopy umumnya membutuhkan keterampilan yang baik. Bahwa dengan jumlah tenaga kerja terbanyak dengan jumlah 3 orang ada 5 jenis usaha fotocopy dan jumlah 2 orang ada 9 jenis usaha fotocopy.

C. Aspek Sosial dan Ekonomi

Dalam aspek sosial dan ekonomi yang dinilai adalah seberapa besar mempunyai dampak sosial dan ekonomi terhadap keseluruhan masyarakat. Dampak-dampak yang ditimbulkan ada dampak positif pada usaha fotocopy adalah meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar karena adanya lapangan kerja baru dan mampu mengurangi pengangguran.

Analisis Finansial

1. Uji Kelayakan

Kelayakan finansial akan diukur melalui perhitungan-perhitungan yang menentukan kelayakan usaha secara finansial. Perhitungan tersebut diantaranya *Net Present Value* (NPV), *B/C Ratio*, *Internal Rate Of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP).

A. Net Present Value (NPV)

Tabel 5 Hasil Perhitungan Net Present Value (NPV) Pada 14 Pelaku Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

No	Nama Usaha	NPV (Rp)
1	Bebilla Fotocopy	Rp 52.108.975
2	Onepiece Fotocopy	Rp 40.692.449
3	Hitz Fotocopy	Rp 45.398.350
4	Berkah Fotocopy	Rp 41.251.209
5	Nisa Fotocopy	Rp 22.412.891
6	Najwa Fotocopy	Rp 14.667.515
7	Muthia Fotocopy	Rp 30.178.451
8	Adhe Fotocopy	Rp 20.159.883
9	Amanda Fotocopy	Rp 16.062.740
10	Nabila Fotocopy	Rp 39.946.101
11	Usy Fotocopy	Rp 23.901.497
12	Aisyah Fotocopy	Rp 29.899.380
13	Sahabat Fotocopy	Rp 30.027.995
14	Sherina Fotocopy	Rp 14.574.118

Sumber: Data Primer Olahan, 2021

B. Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)

Tabel 6 Hasil Perhitungan Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) Pada 14 Pelaku Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

No	Nama Usaha	Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)
1	Bebilla Fotocopy	1.152
2	Onepiece Fotocopy	1.114
3	Hitz Fotocopy	1.128
4	Berkah Fotocopy	1.118
5	Nisa Fotocopy	1.061
6	Najwa Fotocopy	1.041
7	Muthia Fotocopy	1.082
8	Adhe Fotocopy	1.055
9	Amanda Fotocopy	1.046
10	Nabila Fotocopy	1.112
11	Usy Fotocopy	1.065
12	Aisyah Fotocopy	1.081
13	Sahabat Fotocopy	1.083
14	Sherina Fotocopy	1.041

Sumber : Data Primer Olahan, 2021

C. Internal Rate of Return (IRR)

Tabel 7 Hasil Perhitungan Internal Rate Of Return (IRR) Pada 14 Pelaku Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

No	Nama Usaha	Internal Rate of Return
1	Bebilla Fotocopy	32.5%
2	Onepiece Fotocopy	29%
3	Hitz Fotocopy	29%
4	Berkah Fotocopy	29%
5	Nisa Fotocopy	24.5%
6	Najwa Fotocopy	19.5%
7	Muthia Fotocopy	24.5%
8	Adhe Fotocopy	23.5%
9	Amanda Fotocopy	20.5%
10	Nabila Fotocopy	28%
11	Usy Fotocopy	24.5%
12	Aisyah Fotocopy	24.5%
13	Sahabat Fotocopy	27.5%
14	Sherina Fotocopy	20.5%

Sumber: Data Primer Olahan, 2021

D. Payback Period

Tabel 8 Hasil Perhitungan Payback Period Pada 14 Pelaku Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

No	Nama Usaha	Payback Period
1	Bebilla Fotocopy	1 Tahun 11 Bulan 2 Hari
2	Onepiece Fotocopy	2 Tahun 2 Bulan 16 Hari
3	Hitz Fotocopy	2 Tahun 2 Bulan 5 Hari
4	Berkah Fotocopy	2 Tahun 2 Bulan 12 Hari
5	Nisa Fotocopy	2 Tahun 6 Bulan 22 Hari
6	Najwa Fotocopy	2 Tahun 11 Bulan 23 Hari
7	Muthia Fotocopy	2 Tahun 11 Bulan 23 Hari
8	Adhe Fotocopy	2 Tahun 7 Bulan 17 Hari
9	Amanda Fotocopy	2 Tahun 10 Bulan 21 Hari
10	Nabila Fotocopy	2 Tahun 3 Bulan 15 Hari
11	Usy Fotocopy	2 Tahun 6 Bulan 26 Hari
12	Aisyah Fotocopy	2 Tahun 6 Bulan 26 Hari
13	Sahabat Fotocopy	2 Tahun 3 Bulan 29 Hari
14	Sherina Fotocopy	2 Tahun 11 Bulan 24 Hari

Sumber : Data Primer Olahan, 2021

PEMBAHASAN

Aspek Non Finansial Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru :

Pada variabel sosial ekonomi usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus universitas riau pekanbaru sangat mempengaruhi pendapatan karena di sekitaran kampus terdapat sosial masyarakat yang terdiri dari pelajar, dosen, guru, mahasiswa dan masyarakat umum yang membutuhkan jenis usaha tersebut dan selain itu juga para pelaku usaha bisa meningkatkan keadaan ekonomi dan juga untuk mengurangi tingkat pengganguran di daerah lingkungan usaha tersebut.

Aspek Finansial Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru

Kelayakan usaha dapat diukur dengan berbagai kriteria dan mempergunakan alat analisis yaitu *Net Present Value* (NPV), *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP). Hasil perhitungan kelayakan finansial industri usaha fotocopy di sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru pada perhitungan *Net Present Value* yaitu selisih nilai keuntungan (*Present Total Benefit*) negatif (-) maka proyek tidak layak untuk dijalankan. Apabila hasilnya positif (+) maka proyek layak untuk dijalankan. Dapat dilihat dari hasil NPV dari ke 14 pelaku usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus universitas riau pekanbaru menunjukkan NPV lebih besar dari Nol (0) mengartikan bahwa usaha fotocopy menghasilkan keuntungan yang besar dan layak untuk dijalankan.

Selanjutnya *Benefit Cost Ratio* yaitu angka perbandingan antara jumlah *Present Value Total Benefit* dengan *Present Value Total Cost* diperoleh dari hasil perhitungan dari ke 14 pelaku usaha fotocopy menunjukkan nilai B/C Ratio yang dihasilkan setiap pelaku usaha fotocopy layak untuk dijalankan karena *Benefit Cost* lebih besar dari satu.

Pada perhitungan IRR diketahui bahwa IRR untuk usaha fotocopy pada 14 pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa 14 pelaku usaha fotocopy mempunyai nilai IRR lebih dari *discount rate* yang ditentukan oleh nilai suku bunga investasi bank umum rata-rata yaitu sebesar 12%.

Payback Period dapat diartikan sebagai jangka waktu kembalinya investasi yang telah dikeluarkan melalui keuntungan yang diperoleh dari suatu usaha yang telah direncanakan. Dari ke 14 pelaku usaha fotocopy menunjukkan usaha layak dijalankan dan dikembangkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil dari penelitian lapangan menunjukkan bahwa usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru yang dilihat dari segi aspek finansial yaitu untuk rata-rata NPV sebesar 30.091.539,6, BC Ratio sebesar 1.084,21429 dan IRR sebesar 23,4285714 sehingga dapat disimpulkan 14 pelaku usaha layak untuk dijalankan.
2. Dilihat dari segi aspek non finansial yaitu aspek hukum, aspek pasar, aspek teknis dan teknologi dan aspek ekonomi dan sosial untuk 14 pelaku usaha yang berada di sekitaran kampus Universitas Riau layak untuk dijalankan, walaupun sekarang ini usaha fotocopy mengalami penurunan karena kondisi pandemi covid 19 yang mengharuskan mahasiswa tidak diperbolehkan melakukan perkuliahan tatap muka sehingga harus dilakukan serba daring (dalam jaringan) baik dalam melaksanakan perkuliahan, mengirim tugas maupun dokumen lainnya yang dilakukan secara online.

Saran

1. Dalam menjalankan usaha fotocopy para pelaku usaha perlu melakukan inovasi-inovasi baru serta para pelaku memiliki perencanaan yang

baik agar dapat usaha tersebut berkembang untuk di masa yang akan datang sesuai dengan apa yang diharapkan. selanjutnya para pelaku usaha melakukan berbagai survey untuk mencari pangsa pasar dan target yang akan disasar siapa dan juga pemilihan mesin yang bagus akan meningkatkan efisiensi dan minat konsumen untuk para usaha fotocopy di sekitar lingkungan kampus

2. Dalam menjalankan bisnis usaha fotocopy pemilik usaha perlu mencari tambahan modal melalui pinjaman-pinjaman yang tersedia atau mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan bisnis usaha jasa fotocopy di sekitar lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru sehingga nantinya usaha jasa fotocopy bisa berkembang secara luas mengingat usaha ini sangat berpengaruh dan untuk membantu ekonomi nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, Aris. 1986. *Masalah Dan Prospek Ekonomi Indonesia 1986/1987 dalam (ED) Moh.Arsyad Anwar*. Jakarta: UI Press.
- Arsyad, Lincoln. 2004. *Ekonomi Pembangunan. Edisi Keempat*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2008. *Analisis Perkembangan Statistik Ketenagakerjaan (Laporan Sosial Indonesia 2007)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dessy Danarti dan Suryo Sukendro. 2008. *Momprenneurship 160 Ide Bisnis Paling Laris*, CV. Andi offset
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: 1996.
- Horngren, Charles T., et al. 2008. *Akuntansi Biaya*. Edisi 7. PT Indeks kelompok Gramedia: Jakarta
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha
- Husnan, Suad & Suwarsono Muhammad (2014), *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*, Edisi Lima, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kasmir & Jakfar, 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Kencana .
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat (2007), *Metode Kuantitatif. Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Kuswadi. 2005. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sofyan, Syafri. 2002. *Metode pengukuran pendapatan*. PT. Pustaka Utama Jakarta.
- Suad Husnan. (2000) *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Sujarno. 2008. *Ekonomi Mikro*. PT. Pustaka Utama Jakarta.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.