

**Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Pemasaran PT. Rizki Prima Food*****Business Feasibility Study of PT. Rizki Prima Food*****Iqlima Octavianidori¹, Muhamad Nazar Fadilah² Sadiyah Permata Sari³ Doni Ramdani⁴
M. Randi Rukmana⁵ Darsiti Darsiti⁶ Meilani Purwanti⁷**¹⁻⁷ Universitas Teknologi Digital, BandungEmail: iqlima10120565@digitechuniversity.ac.id¹, muhamad10120785@digitechuniversity.ac.id²
sadiyah10120793@digitechuniversity.ac.id³, doni10120772@digitechuniversity.ac.id⁴
m10120781@digitechuniversity.ac.id⁵, darsiti@digitechuniversity.ac.id⁶,
meilanipurwanti@digitechuniversity.ac.id⁷Korespondensi: darsiti@digitechuniversity.ac.id**Article History:**

Received: 15 November 2023

Revised: 20 Desember 2023

Published: 31 Januari 2024

Keywords: *Business**Feasibility Studies,
Marketing Expansion***Abstract:** *Marketing Expansion at PT. Rizki Prima Food is the main focus of development in conducting a feasibility study for this business. The method used in this business feasibility study is field research. This research uses primary data and also secondary data. Creating an e-commerce account on Shopee to expand marketing from PT. Rizki Prima Food itself is one solution to increase turnover and petekres is increasingly known to the wider community. With quite a lot of achievements, and also complete supporting certificates, it will make it easier for PT. Rizki Prima Food made its product a best seller.***Abstrak**

Perluasan Pemasaran pada PT. Rizki Prima Food ini merupakan focus utama pengembangan dalam melakukan studi kelayakan bisnis ini. Metode yang digunakan pada studi kelayakan bisnis ini adalah penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Pembuatan akun *e-commerce* pada shopee untuk memperluas pemasaran dari PT. Rizki Prima Food sendiri menjadi salah satu solusi untuk menaikkan omset dan petekres semakin dikenal masyarakat luas. Dengan prestasi yang cukup banyak, dan juga sertifikat penunjang yang lengkap akan memudahkan PT. Rizki Prima Food memboyong produknya menjadi produk *best seller*.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Perluasan Pemasaran**PENDAHULUAN**

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan berkali-kali mengadakan program Gemar Makan Ikan. Seruan ini dilakukan dalam upaya pencegahan dan penurunan angka stunting di Indonesia. tentu ini menjadi hal yang positif selain bisa menurunkan angka stunting, program ini juga bisa membuka peluang usaha bagi masyarakat yang notabene nya berada di kawasan laut, danau, dan saguling.

Sumber daya ikan yang melimpah menjadi peluang usaha yang menguntungkan apabila seluruh aspek manajemen dapat terorganisir dengan baik. Salah satu aspek penunjang keberhasilan dalam sebuah usaha ialah aspek pemasaran. dimana aspek pemasaran ini ialah salah satu kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen atau *customer*. Kegiatan

* Iqlima Octavianidori iqlima10120565@digitechuniversity.ac.id

pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen, dimana perusahaan harus memberikan layanan serta hasil produk berupa barang dan jasa terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan untuk konsumen. Karena kepuasan konsumen sendiri menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah usaha, maka dari itu perlu adanya pengembangan dan perluasan yang serius terhadap aspek pemasaran.

PT. Rizki Prima Food merupakan PT perseorangan yang bergerak di bidang olahan ikan petek danau saguling cililin, rancapanggung kab bandung barat. PT. Rizki Prima Food telah mampu mengolah ikan petek menjadi nilai jual yang baik dengan nama yang unik yakni Petekres, petekres berdiri sejak juni 2020 dan sampai saat ini telah meraih predikat sebagai UMKM terbaik jawa barat. Hal ini diuji dari seluruh aspek kelayakan bisnis pada PT. Rizki Prima Food. Terlepas dari itu semua, strategi pemasaran perlu di kembangkan mengingat banyaknya pesaing dan meningkatnya target jual menjadikan PT. Rizki Prima Food harus mengemborkan perluasan pasarnya.

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020:07) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan. Layak atau tidaknya sebuah usaha dapat dilihat dari perbandingan faktor ekonomi yang dialokasikan kedalam usaha tersebut dengan pemasukan atau pendapatan yang dihasilkan dari usaha tersebut.

Menurut Aditya 2022, Mengutip bahan ajar Esa Unggul, pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan (*probe*) konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen (*place*).

Menurut Aplus Topper, aspek pemasaran digunakan untuk memutuskan sejauh mana produk yang dihasilkan dibutuhkan atau diminta konsumen. Selain itu aspek pemasaran digunakan untuk merencanakan pemasangan iklan yang akan membantu produk dijangkau dan dikenali oleh konsumen.

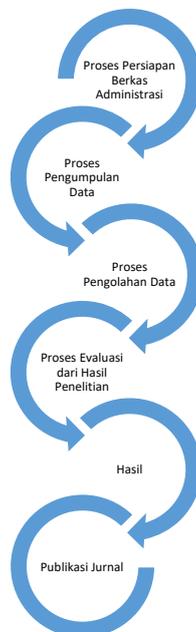
METODE

Penelitian ini dilakukan pada PT. Rizki Prima Food yang beralamat di Kp. Pasirpanjang RT.03 RW.01 Desa Rancapanggung Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. PT. Rizki Prima Food membawa produknya yaitu Petekres menjadi brand makanan ringan sehat dan bergizi mencapai berbagai prestasi baik nasional maupun internasional. Selain itu program gemar makan ikan merupakan program pemerintah dalam menurunkan angka stunting yang

mana hal ini memberikan peluang bagi PT. Rizki Prima Food dalam hal pemasaran. Namun, PT. Rizki Prima Food masih mengandalkan pemasaran offline saja. Untuk itu kami tertarik untuk melakukan penelitian Perluasan Pemasaran pada PT. Rizki Prima Food.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Teknik pengumpulan data yang kami lakukan antara lain: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian untuk data yang akan diterapkan dari penelitian ini adalah data nonfinansial yang terdiri dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek teknis operasional. Untuk finansialnya yaitu aspek keuangan dengan perhitungan menggunakan metode *Payback Period* (PP), *Profitability Index* (PI), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Break Event Point*.

Penelitian ini dilakukan selama sekitar 3 bulan terhitung mulai dari 20 Oktober 2023 sampai 28 Januari 2024. Adapun tahapan kegiatan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Penelitian PT. Rizki Prima Food

HASIL

PT. Rizki Prima Food merupakan UMKM yang bergerak dibidang olahan ikan. Petekres merupakan brand olahan ikan terbaik yang turut berkontribusi dalam mencerdaskan masyarakat untuk gemar makan ikan. Petekres didirikan pada 1 Juni 2020 oleh Anak muda yang bernama Rizki Maulana yang beralamat di Kp. Pasirpanjang RT.03 RW.01, Desa Rancapanggung, Kec. Cililin, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40562.

Untuk bagian pemasaran PT. Rizki Prima Food memanfaatkan pameran-pameran dan juga bazar baik nasional maupun international, selain itu juga pemasaran dilakukan secara

online melalui akun instagram, dan juga whatsapp. Untuk pemasaran offline PT. Rizki Prima Food memanfaatkan *reseller* dan juga bisa langsung datang ke pabrik, selain itu hanya mengandalkan relasi dari perlombaan yang pernah di ikutinya.. PT. Rizki Prima Food telah memenuhi standar produksi dan didukung juga dengan sertifikat sebagai penunjang kualitas produk, diantaranya sertifikat perijinan dari Dinas Kesehatan, sertifikat halal dan label halal dari MUI, sertifikat ijin edar dari dinas kesehatan, lolos uji laboratorium.

Untuk itu peneliti membuat akun *e-commerce* pada shopee untuk memperluas pemasaran dari PT. Rizki Prima Food sendiri sehingga omset akan naik dan petekres semakin dikenal masyarakat luas. Dengan prestasi yang cukup banyak, dan juga sertifikat penunjang yang lengkap akan memudahkan PT. Rizki Prima Food memboyong produknya menjadi produk *best seller*.



Gambar II. Akun *ecommerce* PT. Rizki Prima Food

DISKUSI

Adapun beberapa aspek yang berkaitan dengan tujuan daripada dilakukannya penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

Perencanaan pemasaran pada PT Rizki Prima Food yaitu ingin Memperluas marketing dengan cara membuka jaringan bisnis dengan para calon buyer baik instansi pemerintahan maupun swasta. Dengan memperluas marketing seperti membuka reseller dengan lebih

banyak dan memaksimalkan penjualan pada e-commerce shopee maupun e-commerce lainnya.

2. Aspek Teknis Operasional

Aspek operasional dianggap sebagai komponen penting dalam suatu usaha karena mampu menghasilkan keuntungan dari aktivitas jual beli yang dilakukan. Dalam suatu usaha terdapat aktivitas atau kegiatan yang melibatkan sumber daya manusia, alat, sistem, lingkungan agar dapat menghasilkan suatu barang yang nantinya akan ditawarkan kepada konsumen dan dapat memperoleh untung. PT Rizki Prima Food terletak di Kp. Pasirpanjang RT/RW 03/01 Desa Rancapangung Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. Lokasi tersebut merupakan letak yang strategis dari tempat pembelian bahan baku. Adapun untuk proses produksinya mampu menghasilkan output sebanyak 1100 pcs per satu kali produksi. Adapun untuk pengadaan bahan PT. Rizki Prima Food memperoleh bahan baku dari para nelayan dengan jumlah nelayan 20 orang dan terbagi kedalam 2 kelompok. Manajemen pengadaan bahan baku ini meliputi pengambilan ikan petek dari waduk saguling pada malam hari dengan jumlah 1 kwintal ikan petek segar. Diera digital yang semakin maju ini, pengoperasian perusahaan menjadi sangat penting untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan bisnis. UMKM PT. Rizki Prima Food adalah perusahaan yang bergerak di bidang petekres bisnis UMKM PT Rizki Prima Food Sebagai perusahaan yang beroperasi di era digital, pengelolaan UMKM ini harus dilakukan dengan hati-hati dan efisien untuk memastikan keberhasilan bisnis.

3. Aspek Manajemen dan Organisasi

Penerapan Sistem Manajemen di PT Rizki Prima Food Struktur organisasi. Job description sistem kompensasi, program pengembangan karyawan serta sistem informasi manajemen (SIM). Pada UMKM kurang begitu ada struktur bahkan tidak terbentuk struktur organisasi karena pada UMKM usaha dijalankan sendiri yang ada hanya karyawan-karyawan pelaksan atau pada pekerja harian. Untuk sistem kompensasi jarang diterapkan pada industri perdangan tetapi pada industri makanan ada kompensasi terutama pada saat ada *event-event* tertentu pengembangan sistem informasi manajemen yang berkaitan dengan penjualan dan karyawan kurang begitu diminati bahkan ada juga yang tidak memakai sistem informasi walaupun memakai biasanya yang menggunakan atau yang mempromosikan pihak pemerintah.

4. Aspek Keuangan

Untuk keberlanjutan PT. Rizki Prima Food dalam menjalankan usahanya, diperlukan investasi berupa modal untuk bahan baku. Sebelum itu peneliti akan mengkaji kelayakan investasi dari PT. Rizki Prima Food dengan metode PP, PI, NPV, IRR, dan BEP. Diantaranya sebagai berikut;

a. *Payback Period (PP)*

Tabel 1

Payback Periode PT. Rizki Prima Food

Asumsi syarat pengembalian 5 th

Tahun ke-	Arus Kas Bersih	Arus Kas Kumulatif
0	(165.040.000,00)	(165.040.000,00)
1	95.500.000,00	(69.540.000,00)
2	65.467.961,28	(4.072.038,72)
3	20.247.672,40	16.175.633,68
4	50.930.479,64	67.106.113,32
5	32.263.560,11	99.369.673,43
PP =		2 Tahun 2 Bulan

$(Rp16.175.633,68/Rp50.930.479,64) = 0,32$
 PP kurang dari waktu investasi sehingga pengembangan usaha dikatakan layak

b. *Profitability Index (PI)*

Tabel 2

Profitability Index PT. Rizki Prima Food

Asumsi bunga 14%

1	95.500.000,00	1,14	108.870.000,00
2	65.467.961,28	1,2996	85.082.162,47
3	20.247.672,40	1,481544	29.997.817,56
4	50.930.479,64	1,68896016	86.019.551,05
5	32.263.560,11	1,925414582	62.120.729,11
264.409.673,43			372.090.260,19
PI =		2,25	

PI lebih dari 1 sehingga pengembangan usaha dikatakan layak

c. *Net Present Value (NPV)*

Tabel 3

Net Present Value PT. Rizki Prima Food

Tahun ke-	Arus Kas Bersih	Arus Kas Kumulatif	df 14%	PVIF	Asumsi k=14%	NPV1
0	(165.040.000,00)	(165.040.000,00)	1,000	(165.040.000,00)	1,000	(165.040.000,00)
1	95.500.000,00	(69.540.000,00)	0,877	(60.986.580,00)	1,140	83.771.929,82
2	65.467.961,28	(4.072.038,72)	0,769	(3.131.397,78)	1,300	50.375.470,36
3	20.247.672,40	16.175.633,68	0,675	10.918.552,73	1,482	13.666.602,14
4	50.930.479,64	67.106.113,32	0,592	39.726.819,09	1,689	30.154.932,51
5	32.263.560,11	99.369.673,43	0,519	51.572.860,51	1,925	16.756.682,12
NPV =					29.685.616,96	

NPV positif sehingga pengembangan usaha dikatakan layak

d. *Internal Rate of Return (IRR)*

Tabel 4

Internal Rate of Return PT. Rizki Prima Food

Tahun ke-	Arus Kas Bersih	Arus Kas Kumulatif	df 18%	PVIF	Asumsi k=20%	NPV2
0	(165.040.000,00)	(165.040.000,00)	1,000	(165.040.000,00)	1,000	(165.040.000,00)
1	95.500.000,00	(69.540.000,00)	0,847	(58.900.380,00)	1,200	79.583.333,33
2	65.467.961,28	(4.072.038,72)	0,718	(2.923.723,80)	1,200	54.556.634,40
3	20.247.672,40	16.175.633,68	0,609	9.850.960,91	1,728	11.717.403,01
4	50.930.479,64	67.106.113,32	0,516	34.626.754,47	2,074	24.561.381,00
5	32.263.560,11	99.369.673,43	0,437	43.424.547,29	2,488	12.966.001,20
					NPV =	18.344.752,94

Tahun ke-	Arus Kas Bersih	Bunga 14%	NPV1	Bunga 20%	NPV2
0	(165.040.000,00)	1,000	(165.040.000,000)	1,000	(165.040.000,00)
1	95.500.000,00	0,877	83.771.929,825	1,200	79.583.333,33
2	65.467.961,28	0,769	50.375.470,356	1,200	54.556.634,40
3	20.247.672,40	0,675	13.666.602,141	1,728	11.717.403,01
4	50.930.479,64	0,592	30.154.932,513	2,074	24.561.381,00
5	32.263.560,11	0,519	16.756.682,120	2,488	12.966.001,20
		NPV1 =	29.685.616,956	NPV2 =	18.344.752,94

IRR= 14 + 10,47 = 24,47%

IRR berada diantara NPV 1 dan NPV2 sehingga pengembangan usaha dikatakan layak

	14
	29.685.616,956
-	29.685.602,956
	-4
	11.340.864,015
-	0,0000003527
	10,47
	24,47

e. *Break Even Point (BEP)*

Tabel 5

Break Even Point PT. Rizki Prima Food

BEP (unit) = total biaya tetap / (harga jual per unit produk – biaya variabel setiap unit produk)
 BEP (rupiah) = (total biaya tetap / margin kontribusi per unit) x harga jual per unit

Biaya tetap	Total Biaya Overhead Pabrik	4.800.000	5.280.000	5.808.000	6.388.800	7.027.680	7.730.448
	Total Biaya Adm Umum dan Penjualan	13.006.275	13.241.888	13.501.061	15.383.675	16.922.042	18.614.247
		17.806.275	18.521.888	19.309.061	21.772.475	23.949.722	26.344.695
Biaya variabel	Total Biaya Bahan Baku	208.080.000	228.888.000	251.776.800	276.954.480	304.649.928	335.114.921
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	54.500.000	59.950.000	65.945.000	72.539.500	79.793.450	87.772.795
		262.580.000	288.838.000	317.721.800	349.493.980	384.443.378	422.887.716
Unit produk		50.000	55.000	60.500	66.550	73.205	80.526
Biaya variabel per unit		5.252	5.252	5.252	5.252	5.252	5.252
BEP (unit)		1.657	1.723	1.796	2.026	2.228	2.451
Margin Kontribusi per unit		6.748	7.948	9.268	10.720	12.318	14.075
BEP (rupiah)		Rp31.663.105	Rp30.759.513	Rp30.249.835	Rp32.438.152	Rp34.160.669	Rp36.174.642

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian studi kelayakan bisnis pada PT. Rizki Prima Food kami dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Rizki Prima Food telah memiliki visi dan misi perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan arah tujuan ke depannya.
2. Aspek pemasaran PT. Rizki Prima Food telah dikembangkan dan dimulai perluasan pemasarannya melalui online dengan pembuatan dan penggunaan *e-commerce*,

pemasaran offline pun dikembangkan dengan mengikuti kegiatan bazar dan pameran nasional maupun internasional.

3. Aspek teknis dan produksi PT. Rizki Prima Food telah memenuhi standar nasional Indonesia atau SNI dengan didukung oleh kementerian kelautan dan perikanan sehingga telah teruji kelayakan secara nasional
4. Aspek manajemen dan organisasi pada PT. Rizki Prima Food sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan dimana terdapat business advisor dan karyawan tetap, serta penggunaan karyawan borongan dalam setiap kebutuhan mendesak.
5. Aspek yuridis, secara hukum Negara PT. Rizki Prima Food telah memenuhi seluruh standar kelayakan aspek yuridis sehingga sekarang sedang diproses pengurusan administrasi ekspor dan impor.
6. Aspek keuangan PT. Rizki Prima Food telah sesuai dengan pembukuan dan pencatatan keuangan sebuah perusahaan. Maka dari itu, dalam seluruh aspek beserta kekurangan dan kelebihan yang kami peroleh PT. Rizki Prima Food dapat dinyatakan layak dalam sebuah usaha.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Sesuai kontrak penelitian yang tertuang dalam Memorandum of Agreement dengan nomor surat 232/UTD/MOA.03-2/X/2023 dan 09/Petekres/RPM/02/2023 penulis sampaikan Ucapan Terima Kasih kepada beberapa pihak yang terlibat dalam penelitian Studi Kelayakan Bisnis PT. Rizki Prima Food ini, yakni:

1. Bapak Dr. supriadi S.E., M.M selaku Rektor Universitas Teknologi Digital yang sudah memfasilitasi kami dalam pengerjaan tugas dan proses bimbingan ilmu.
2. Dosen pengampu yaitu Ibu Darsiti S.Kom., M.Kom. yang telah memberikan ilmu dan pemahamannya terkait studi kelayakan bisnis, juga telah memberikan bimbingannya kepada kami dalam pelaksanaan pembuatan makalah ini.
3. Rizki Maulana selaku owner PT. Rizki Prima Food dengan produk unggulannya petekres, yang sudah bersedia sepenuh hati meluangkan waktunya untuk memberikan bahan – bahan laporan studi kelayakan bisnis.
4. Teman-teman yang telah bersedia bertukar pikiran, meluangkan waktunya, memberikan gagasan dan juga saling membantu satu sama lain.

DAFTAR REFERENSI

Kasmir,ja'far.studi.kelayakan.bisnis.2020.BAB.II.TINJAUAN.PUSTAKA.

<https://repository.stiegici.ac.id/document/download/32f8f874-ba8f-4020-b687-0c68cd469279/studi-kelayakan-bisnis-seblak-phd-citeureup?filename=bab-ii-intan-indriyani-sakir-2411806975.pdf>

Aditya.2022"AspekPemasaranAdalah?PengertiandanTujuannyauntukBisnis"

<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6293508/aspek-pemasaran-adalah-pengertian-dan-tujuannya-untuk-bisnis>.

Universitas.bina.darma.

<http://eprints.binadarma.ac.id/6416/1/Aspek%20manajemen%20dan%20organisasi.pdf>

Karebet Gunawan."Peran Studi Kelayakan Bisnis dalam peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus."Institut Agama Islam Negeri Kudus. Kudus.2018