

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PRODUK PISANG CAVENDISH (STUDI PADA BADAN USAHA MILIK DESA KARTIKA MANDIRI DESA KARANGKEMIRI KECAMATAN PEKUNCEN KABUPATEN BANYUMAS)

Muhammad Wildan Hakim^{1*}, Dian Purnomo Jati², Adi Indrayanto³, Suparjito⁴

^{1*}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman,
muhammad.hakim092@mhs.unsoed.ac.id, Indonesia

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, dyan_pj@yahoo.com, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, adi.indrayanto@unsoed.ac.id, Indonesia

⁴Kanwil DJPB, Indonesia

*Corresponding author

Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kartika Mandiri Desa Karangkemiri memiliki unit usaha pertanian pisang cavendish. Adanya potensi yang cukup besar dari unit usaha ini jika dikembangkan dapat menjadi produk unggulan dari Desa Karangkemiri sehingga dapat memberdayakan masyarakat sekitar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran dan kelayakan investasi dengan pendekatan aspek finansial pada produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, wawancara, dan observasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Dari penelitian didapatkan hasil analisis mengenai segmen, target, posisi pasar dan juga bauran pemasarannya. Hasil analisis aspek finansial menunjukkan usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Hal ini dikarenakan penghitungan *NPV* diperoleh nilai positif, nilai *IRR* lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku, nilai penghitungan *PI* lebih besar dari satu, dan *PP* berada sebelum batas periode waktu kembali modal.

Keywords: Strategi pemasaran; Studi Kelayakan Bisnis; BUMDes; Pisang Cavendish

1. Pendahuluan

Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan mendorong gerak ekonomi desa melalui kewirausahaan desa, dimana kewirausahaan desa menjadi strategi dalam pengembangan dan pertumbuhan kesejahteraan (Ansari, 2016). Menurut Hartini (2018), pengelolaan ekonomi Desa perlu dilakukan secara komprehensif, mulai dari pembangunan fasilitas infrastruktur hingga pengoptimalan pengembangan potensi desa sehingga menjadi peluang-peluang bisnis yang dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa, Pemerintah Desa memenuhinya melalui pendapatan-pendapatan Desa yang dimiliki, menurut Permendagri No 113 Tahun 2014, pendapatan Desa dapat diperoleh dari Pendapatan Asli Desa (PAD) yang salah satu sumbernya

adalah hasil dari usaha yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut dengan BUM Desa.

Kewirausahaan desa ini dapat diwadahi dalam Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat desa (Prabowo, 2014). Hal tersebut membuka peluang desa untuk otonom dalam pengelolaan baik pemerintahan maupun sumber daya ekonominya. Terbitnya UU Nomor 6 Tahun 2014 dan terbitnya PP Nomor 47 Tahun 2015 menghendaki adanya desa yang mandiri dan otonom dalam pengelolaan sumber daya yang dimilikinya dimana BUMDes diharapkan berperan dalam peningkatan perekonomian pedesaan (Prabowo, 2014). Menurut Undang-Undang Desa No. 6 Pasal 1, Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa.

Menurut Permendes No. 4 Tahun 2015, salah satu tujuan pendirian BUM Desa adalah mengoptimalkan aset desa agar bermanfaat untuk kesejahteraan desa. Maka dari itu, pembentukan BUM Desa harus didasari oleh kebutuhan, potensi, kapasitas desa, dan penyertaan modal dari pemerintah desa dalam bentuk pembiayaan dan kekayaan desa dengan tujuan akhirnya adalah meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa (Ihsan, 2018).

Pada Desa Karangemiri Kecamatan Pekuncen yang juga terdapat BUMDes dengan nama Kartika Mandiri, BUMDes tersebut sudah menjalankan unit usahanya sejak 2019 sampai sekarang hingga telah mempunyai 5 unit usaha. Dengan unit usaha paling berkembang yaitu pisang cavendish, unit usaha ini yang dikembangkan mulai tahun 2020 cenderung mengalami perkebangan yang pesat, hingga saat ini sudah terdapat 6000 pohon pisang. Dalam meningkatkan penjualan pisang cavendish perlu dilakukannya strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan sebuah penentuan tujuan serta sasaran pokok jangka panjang suatu perusahaan, serta penerapan serangkaian tindakan dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mewujudkan tujuan yang ada (Tjioptono : 2019). Melihat potensi yang cukup besar dari pisang cavendish ini yang jika dikembangkan dapat menjadi produk unggulan dari Desa Karangemiri sehingga dapat memberdayakan masyarakat sekitar dengan cara membuka lapangan kerja untuk masyarakat Desa Karangemiri sehingga dapat tercipta kesejahteraan masyarakat.

2. Tinjauan Literatur

2.1. Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2019), pemasaran adalah proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka yang menangkap nilai dari perusahaan. Produk akan mudah dijual jika pemasar mampu memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior kepada pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk tersebut secara efektif.

2.2. Strategi Pemasaran

Kotler dan Armstong (2014) menyatakan strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan mengharapkan untuk menciptakan nilai konsumen dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Strategi pemasaran yang baik tidak seharusnya hanya dirancang untuk

mempengaruhi konsumen, tetapi juga dipengaruhi oleh konsumen. Jadi strategi pemasaran dapat dirancang dengan berorientasi pada respon konsumen terhadap hal-hal tertentu. Strategi pemasaran juga harus dapat dikembangkan, diimplementasikan, dan diubah berdasarkan hasil riset dan analisa konsumen.

2.3. Bauran Pemasaran

Perusahaan memerlukan sebuah strategi untuk memasarkan suatu produk dan jasa. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Bauran Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016) konsep dalam bauran pemasaran terdiri dari product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi) atau disebut dengan 4P.

2.4. Segmentation, Positioning, Targeting

Menurut Kotler & Armstrong (2016) *segmentation, targeting, positioning* atau biasa disingkat STP merupakan bagian penting yang digunakan untuk kegiatan pemasaran yang strategis.

- *Segmentation*
 Menurut Kotler & Armstrong (2016) *market segmentation* dilakukan oleh perusahaan dalam upaya menentukan pasar menjadi beberapa kelompok konsumen berdasarkan dengan karakteristik, kebutuhan, kebiasaan. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil yang dapat diraih lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang cocok dengan kebutuhan unik pembeli.
- *Targeting*
 Menurut Kotler & Armstrong (2016) *targeting* merupakan proses evaluasi berdasarkan daya tarik maupun minat dari setiap *market segments*. Dalam hal ini, *targeting* perlu dilakukan oleh setiap perusahaan agar dapat memilih atau menentukan beberapa *market segments* yang akan menjadi target dari perusahaan. Target pasar adalah sekumpulan pembeli yang berbagi *Market targeting* dapat dijalankan pada beberapa level.
- *Positioning*
Positioning merupakan upaya dari perusahaan agar dapat merencanakan produk atau jasa memiliki posisi yang sesuai dan dibutuhkan oleh konsumen dibandingkan dengan produk atau jasa dari setiap competitor (Kotler & Armstrong, 2016). Penentuan posisi (*positioning*) adalah tindakan merancang tawaran dancitra perusahaan sehingga suatu posisi yang terbedakan (diantara pesaing) didalam pelanggan sasarannya.

2.5. Analisis SWOT

Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Sedangkan menurut Galavan (2014), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (opportunity) dan ancaman (threat) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal.

2.6. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2012) mengartikan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atas usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis yang dijalankan.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan melalui wawancara langsung kepada pengurus BUMDes dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan pemerintah Desa Karangemiri, Kecamatan Pekuncen, Kabupaten Banyumas dan KPPN Purwokerto.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

- Dokumentasi, menurut Sugiyono (2013) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan data maupun dokumen yang berkaitan dengan penelitian.
- Wawancara, Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin. Arikunto (2013) menjelaskan bahwa wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pendoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara.
- Observasi, Menurut Sugiyono (2013) observasi merupakan suatu proses kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Reduksi data
Reduksi data berarti merangkum, memilih yang esensial/pokok, memfokuskan pada yang penting, mencari tema dan pola, dan membuang yang tidak perlu. Oleh karena itu, data

yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan (Sugiyono, 2018).

- **Penyajian Data**
Menurut Sugiyono (2016) penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks naratif. Dengan penyajian data maka akan mempermudah untuk melakukan pemahaman apa yang terjadi, merencanakan penelitian kerja yang selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut
- **Kesimpulan**
Menurut Sugiyono (2013) Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

4. Hasil

4.1 Strategi Pemasaran

4.1.1 Produk (Product)

Secara budidaya pisang cavendish terdapat berbagai proses mulai dari pembibitan, persiapan lahan, penanaman, perawatan, dan tahap panen. Produk pisang cavendish yang diproduksi memiliki kode produk untuk setiap kualitasnya, kode produk digunakan untuk membedakan kualitas produk yang dihasilkan. Hal yang membedakan dari setiap kode produk adalah isi per kemasan, butir per sisir, waktu kalibrasi, panjang daging, tingkat kemulisan, berat per sisir. Pengemasan produk pisang cavendish dilakukan menggunakan karton dan dikemas di dalam plastik yang berlubang bertujuan untuk menjaga suhu buah dan mencegah tumbuhnya jamur pada buah.

4.1.2 Harga (Price)

Penentuan harga jual produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri melalui penetapan berdasarkan ketentuan dari distributor, harga yang ditetapkan sendiri oleh BUMDes Kartika Mandiri untuk satu karton pisang cavendish mentah dengan berat 13 kg berada di Rp. 55.000. untuk harga per kilogram berada pada harga Rp. 4.500 per kilogram.

4.1.3 Tempat (Place)

Hasil Panen akan diangkut menggunakan motor yang kemudian ditempatkan di ruang penyimpanan. Akses jalan yang sulit menjadi kendala dalam mengangkut hasil panen karena akses jalan yang rusak dan hanya dapat dilalui oleh motor saja. Produk pisang cavendish kemudian di distribusikan kepada distributor yaitu Rocky Fresh dan Moonking yang berada di Yogyakarta dan Klaten. Selain menyalurkan kepada distributor produk pisang cavendish ini juga disalurkan unyuk posyandu Desa Karangkemiri.

4.1.4 Promosi (Promotion)

Promosi pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri masih menggunakan cara konvensional dilakukan dengan cara menggunakan surat kabar dan juga dari mulut ke mulut dari konsumen yang pernah membeli produk pisang cavendish tersebut.

4.1.5 Segmentasi Pasar (Segmentation)

Segmentasi yang dilakukan pada produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri jika berdasarkan demografis produk ini menyasar calon konsumen mulai umur 6 bulan baik itu laki-laki maupun perempuan. Secara segmentasi geografis produk ini menyasar calon konsumen yang berada di luar kota karena adanya distributor yang membeli produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri, warga desa dan sekitarnya juga menjadi sasaran pasar. Segmentasi produk ini menyasar pada calon konsumen yang ingin menjaga Kesehatan atau memiliki pola hidup sehat.

4.1.6 Target Pasar (Targeting)

Target pasar yang dituju dari produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri adalah semua kalangan, baik itu kalangan menengah ke atas atau menengah ke bawah. Hal itu dibedakan berdasarkan dari kualitas produk untuk produk dengan kualitas yang baik maka akan di pasarkan untuk kalangan menengah ke atas, kemudian untuk produk dengan kualitas yang kurang baik akan dipasarkan untuk kalangan menengah ke bawah.

4.1.7 Posisi Pasar (Positioning)

Produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri memposisikan diri sebagai pisang cavendish yang sehat dan berkualitas, karena selain memiliki kualitas yang bagus pisang cavendish tersebut juga menyehatkan karena mempunyai beberapa manfaat.

4.2 Analisis SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan, produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri memiliki kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Berikut merupakan identifikasi SWOT:

Tabel 1. Matriks SWOT

EFI	STRENGTH (S) 1. Memiliki kualitas produk yang bagus 2. Lahan yang dimiliki luas	WEAKNESSES (W) 1. Masih kurangnya pengetahuan karyawan tentang cara pengelolaan pisang cavendish 2. Masih belum aktif dalam menggunakan sosial media 3. Akses jalan yang sulit untuk menuju kebun
EFE	Strategi SO 1. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan	Strategi WO 1. Memberikan pelatihan skill kepada karyawan 2. Menggunakan bantuan dana untuk
OPPORTUNITIES (O) 1. Memperluas pasar dan pengembangan lahan		

<ol style="list-style-type: none"> 2. Penggunaan media promosi atau periklanan 3. Bantuan dana dari pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Menggunakan jasa periklanan untuk memperkenalkan produk 3. Mengembangkan usaha dengan bantuan modal dari pemerintah 	<p>memperbaiki jalan yang rusak</p>
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasokan air yang kurang saat musim kemarau 2. Munculnya pesaing 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan inovasi, kualitas produk, dan harga yang bersaing 2. Membuka lahan baru untuk menambah produksi 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersiapkan pasokan air saat musim kemarau 2. Merekrut karyawan profesional

Berdasarkan matriks SWOT di atas, dapat dijelaskan bahwa ada 4 jenis strategi alternatif yang dapat diterapkan yaitu sebagai berikut

- **Strategi *Strength-Opportunities* (SO)**
 Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen memberikan respon positif maka dari itu kualitas produk harus senantiasa ditingkatkan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan respon positif konsumen. Mengembangkan usaha dengan bantuan modal dari pemerintah, dengan adanya dana desa dapat dimanfaatkan oleh BUMDes untuk melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas produk.
- **Strategi *Strength-Threat* (ST)**
 Meningkatkan inovasi, kualitas produk, dan harga yang bersaing, dengan meningkatkan inovasi, kualitas produk, dan harga yang bersaing dapat membantu produk pisang cavendish dari BUMDes Karitka Mandiri dalam mempertahankan dan menambah konsumen. Pembukaan lahan baru dapat dilakukan untuk menambah lebih banyak produksi pisang cavendish, dengan banyaknya produksi diharapkan dapat meningkatkan pendapatan.
- **Strategi *Weakness-Opportunity* (WO)**
 Memberikan pelatihan kepada karyawan, pemberian pelatihan karyawan penting hal tersebut dimaksudkan agar karyawan memahami keterampilan yang dibutuhkan sehingga dalam penanaman tidak terjadi salah perawatan yang dapat membuat pisang gagal panen. Perbaikan jalan menggunakan bantuan dana, adanya bantuan dana dari pemerintah melalui program dana desa dapat dialokasikan untuk memperbaiki jalan yang rusak sehingga mempermudah akses menuju kebun.
- **Strategi *Weakness-Threat* (WT)**
 Mempersiapkan pasokan air saat musim kemarau, sulitnya pasokan air saat kemarau membuat BUMDes harus bersiap dengan cadangan air untuk terus mengairi kebun pisang.

Perekrutan karyawan profesional, dapat dilakukan untuk menjamin kualitas buah yang dihasilkan dan perawatan pohon sesuai dengan standar.

4.3 Analisis Kelayakan

Analisis aspek keuangan dilakukan untuk memproyeksikan kebutuhan investasi serta biaya operasional yang dibutuhkan oleh BUMDes Kartika Mandiri untuk mendirikan serta menjalankan unit usaha pisang cavendish.

- **Permodalan dan Investasi**
 Kebutuhan terbesar di biaya investasi adalah pada kebutuhan untuk pembelian alat-alat produksi yang digunakan berupa mesin yaitu senilai Rp. 22.500.000. Total biaya investasi pada usaha pisang cavendish BUMDes Kartika mandiri adalah sebesar Rp. 170.875.000.

NO.	ITEM	Jumlah	Satuan	Harga/Unit	Nilai	Umur Ekonomis	Penyusutan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
A. Tanah dan Bangunan												
	- Sewa Lahan Luas 3 ha	1	tahun	6.000.000	6.000.000	5	1.200.000	4.800.000	3.600.000	2.400.000	1.200.000	-
	- Ruang Repeping	2	unit	14.000.000	28.000.000	5	5.600.000	22.400.000	16.800.000	11.200.000	5.600.000	-
	Total A				34.000.000							
B. Peralatan Kebun												
	- Cultivator	2	Unit	6.500.000	13.000.000	5	2.600.000	10.400.000	7.800.000	5.200.000	2.600.000	-
	- Tractor	1	Unit	16.000.000	16.000.000	5	3.200.000	12.800.000	9.600.000	6.400.000	3.200.000	-
	- Sepeda motor	1	Unit	3.000.000	3.000.000	5	600.000	2.400.000	1.800.000	1.200.000	600.000	-
	- Semprotan tanaman	4	Unit	131.250	525.000	5	105.000	420.000	315.000	210.000	105.000	-
	- Keranjang	30	Unit	55.000	1.650.000	2	825.000	825.000	-	(825.000)	(1.650.000)	(2.475.000)
	- Garpu Pertanian	2	Unit	150.000	300.000	2	150.000	150.000	-	(150.000)	(300.000)	(450.000)
	- Cangkul	2	Unit	150.000	300.000	2	150.000	150.000	-	(150.000)	(300.000)	(450.000)
	- Sabit	2	Unit	75.000	150.000	2	75.000	75.000	-	(75.000)	(150.000)	(225.000)
	- Timbangan	3	Unit	650.000	1.950.000	5	390.000	1.560.000	1.170.000	1.092.000	546.000	1.560.000
	Total B				36.875.000		14.895.000	55.980.000	41.085.000	26.502.000	11.451.000	(2.040.000)
	Total Penyusutan						14.895.000					
C. Investasi Tidak Menyusut												
	- Modal Kerja	1	paket	100.000.000	100.000.000		100.000.000	100.000.000	65.728.000	68.357.120	71.091.405	73.935.061
	Total B				100.000.000		100.000.000	100.000.000	65.728.000	68.357.120	71.091.405	73.935.061
	Nilai Akhir Investasi				170.875.000			155.980.000	106.813.000	94.859.120	82.542.405	71.895.061

Gambar 1. Permodalan dan Investasi

- **Biaya Operasional**

Tabel 2. Biaya Operasional

No	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	per tahun
1	Biaya Personal				
	a. Biaya Tenaga Kerja	2	OB	1.500.000	18.000.000
2	Pembelian Benih				
	a. Biaya Pohon	2.000	pohon	15.000	30.000.000
3	Biaya Lain-lain				
	a. Biaya listrik dan air	12	bulan	350.000	4.200.000
	b. Biaya perawatan tanaman	150	Kg	50.000	7.500.000
	c. Biaya bahan bakar	50	Liter	70.000	3.500.000
	Total Biaya Operasional				63.200.000

Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan oleh BUMDes Kartika Mandiri agar kegiatan usaha dapat berjalan secara normal. Biaya operasional meliputi biaya tenaga kerja, biaya bibit pohon, biaya listrik dan air, biaya perawatan tanaman, dan biaya bahan bakar. Berdasarkan hasil analisis, kebutuhan terbesar dalam biaya operasional adalah biaya tenaga kerja. Total kebutuhan pada biaya operasional per tahun adalah Rp. 63.200.000. Secara umum, dengan asumsi inflasi sebesar 4%, peningkatan kebutuhan per tahunnya berkisar di angka 2 juta per tahun dari tahun pertama produksi hingga tahun ke 5 produksi/

Tabel 3. Biaya Operasional Per Tahun

No	Uraian	Biaya Per Tahun					
		per tahun	tahun 1	tahun 2	tahun 3	tahun 4	tahun 5
1	Biaya Personal						
	a. Biaya Tenaga Kerja	18.000.000	18.000.000	18.720.000	19.468.800	20.247.552	21.057.454
2	Pembelian Benih						
	a. Biaya Pohon	30.000.000	30.000.000	31.200.000	32.448.000	33.745.920	35.095.757
3	Biaya Lain-lain						
	a. Biaya listrik dan air	4.200.000	4.200.000	4.368.000	4.542.720	4.724.429	4.913.406
	b. Biaya perawatan tanaman	7.500.000	7.500.000	7.800.000	8.112.000	8.436.480	8.773.939
	c. Biaya bahan bakar	3.500.000	3.500.000	3.640.000	3.785.600	3.937.024	4.094.505
	Total Biaya Operasional	63.200.000	63.200.000	65.728.000	68.357.120	71.091.405	73.935.061

- **Perkiraan Rugi/Laba**
Pada tahun pertama, laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 50.692.500, keuntungan tiap tahunnya akan meningkat pada kisaran Rp. 9.000.000 sampai Rp. 13.000.000. pada tahun ke-5 produksi, perkiraan laba bersih setelah pajak yang didapatkan adalah Rp. 97.176.835.

Tabel 4. Perkiraan Rugi/Laba

- **Analisis Kelayakan**

No	Uraian	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
1	Total Penerimaan	134.420.000	147.862.000	162.648.200	178.913.020	196.804.322
2	Total Biaya Operasional					
	Biaya operasional	63.200.000	65.728.000	68.357.120	71.091.405	73.935.061
	Penyusutan	14.895.000	14.895.000	14.895.000	14.895.000	14.895.000
	Jumlah	78.095.000	80.623.000	83.252.120	85.986.405	88.830.061
3	E B I T	56.325.000	67.239.000	79.396.080	92.926.615	107.974.261
4	Pajak 10 %	5.632.500	6.723.900	7.939.608	9.292.662	10.797.426
5	Penerimaan setelah pajak	50.692.500	60.515.100	71.456.472	83.633.954	97.176.835
6	Bunga	-	-	-	-	
7	Laba/Rugi Bersih	50.692.500	60.515.100	71.456.472	83.633.954	97.176.835

Estimasi *cash flow* untuk usaha pisang cavendish di tahun pertama adalah positif. Pada perhitungan nilai NPV, diperoleh nilai positif sebesar Rp. 230.862.239 yang artinya memenuhi syarat investasi usaha tersebut layak. *Internal Rate of Return (IRR)* diperoleh sebesar sebesar 43%, sehingga dinyatakan investasi tersebut layak karena lebih dari tingkat suku bunga yang berlaku yaitu sebesar 10%. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *Profitability Indeks* memiliki nilai 3,03 maka investasi dinyatakan layak karena *Profitability Indeks* lebih dari 1. Hasil penghitungan *Payback Period* yang dilakukan

menunjukkan bahwa waktu yang diperlukan untuk kembali modal adalah selama 3 tahun lebih 3 bulan. Jika batasan periode waktu Kembali modal yang dapat diterima adalah 5 tahun, maka dapat disimpulkan usaha pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri dinyatakan layak.

Tabel 5. *Cash Flow*

Tahun	In flow		Out Flow		Penyusutan	Proceed
	Laba	Inv tidak menyusut	Investasi	Pajak		
0	-		170.875.000	-		(170.875.000)
1	56.325.000			-	14.895.000	71.220.000
2	67.239.000			6.723.900	14.895.000	75.410.100
3	79.396.080			7.939.608	14.895.000	86.351.472
4	92.926.615			9.292.662	14.895.000	98.528.954
5	107.974.261	73.935.061		10.797.426	14.895.000	186.006.896
						517.517.422

Tabel 6. Hasil Analisis Dan Kelayakan

NPV	Rp 203.862.239
IRR	43%
PI	3,03
PB	2 tahun 3 bulan

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- Strategi Pemasaran yang digunakan pada produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri, yaitu: Strategi produk (*product*) yang digunakan pada BUMDes Kartika Mandiri mengutamakan kualitas produk dengan konsep produksi yang baik, kemasan produk yang baik, adanya pengkodean produk yang membedakan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yang dilakukan oleh BUMDes Kartika Mandiri menjual produk pisang cavendish dengan harga yang ditetapkan berdasarkan ketentuan dari distributor, penentuan harga juga dilakukan berdasarkan berat per kilo. Strategi tempat (*place*), BUMDes Kartika Mandiri memasarkan produk pisang cavendish kepada distributor yaitu Rocky Fresh dan Moonking yang berada di Yogyakarta dan Klaten, selain itu produk juga disalurkan untuk desa Karangkemiri. Strategi Promosi (*promotion*) yang dilakukan BUMDes Kartika Mandiri masih dengan cara konvensional seperti menggunakan surat kabar dan dari mulut ke mulut. *Segmentation*, penerapan segmentasi oleh BUMDes Kartika Mandiri berdasarkan segmentasi demografis, segmentasi geografis, dan segmentasi psikografis. *Targeting*, target pasar Target pasar yang dituju dari produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri adalah semua kalangan, baik itu kalangan menengah ke atas atau menengah ke bawah. *Positioning*, produk pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri memposisikan diri sebagai pisang cavendish yang sehat dan berkualitas.

- Pada aspek keuangan, usaha pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri dikatakan layak dengan penilaian menggunakan metode *NPV*, *PI*, *IRR*, dan *PP*. Pada perhitungan nilai *NPV*, diperoleh nilai positif sebesar Rp. 230.862.239 yang artinya memenuhi syarat investasi usaha tersebut layak. *Internal Rate of Return* (*IRR*) diperoleh sebesar sebesar 43%, sehingga dinyatakan investasi tersebut layak karena lebih dari tingkat suku bunga yang berlaku yaitu sebesar 10%. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *Profitability Indeks* memiliki nilai 3,03 maka investasi dinyatakan layak karena *Profitability Indeks* lebih dari satu. Hasil penghitungan *Payback Period* yang dilakukan menunjukkan bahwa waktu yang diperlukan untuk kembali modal adalah selama 3 tahun lebih 3 bulan. Jika batasan periode waktu kembali modal yang dapat diterima adalah 5 tahun, maka dapat disimpulkan usaha pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri dinyatakan layak. Semuanya menunjukkan nilai positif yang mengindikasikan bahwa usaha pisang cavendish BUMDes Kartika Mandiri bisa dikatakan layak.

Daftar Pustaka

- Agustina, L., Hanny, H., Tjun, L. T., Debbianita, D., Joni, J., & Batistuta, F. F. F. (2022). Analisis Studi Kelayakan Usaha Air Minum Berbasis Chlorine Dioxide Pada Unit Usaha BUMDes Kertajaya. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 18-31.
- Carlina, M. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Tour & Travel Pada PT. Indoloka Wisata Mandiri. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik dan Bisnis*, 1(2), 59-79.
- Djaelani, S., Asyari, Y., Yuliani, Y., & Suryadi, H. (2020). Strategi Pemasaran Buah Jeruk Petani Melalui Bumdes Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana. *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro-Bunda Culinary. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 7(2), 127-138.
- Husriah, H., Sari, M., Yunarsi, Y., Rahma, F., & Fatmala, W. Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan Tongkol BUMDes Lagunci Di Desa Bahari Tiga Kecamatan Sampola Kabupaten Buton Selatan. *Economix*, 9(2).
- Jamaluddin, M. A., Widodo, W. D., & Suketi, K. (2019). Pengelolaan Perkebunan Pisang Cavendish Komersial di Lampung Tengah, Lampung. *Buletin Agrohorti*, 7(1), 16-24.
- Kamseno, M. (2018). Analisa Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran Keripik Olahan Talas di Desa Tekad-Lampung. *Teknologi: Jurnal Ilmiah dan Teknologi*, 1(1), 10-17.
- Nurhayati, C., Rusman, Y., & Pardani, C. (2017). Analisis USAhatani Pisang Ambon (*Musa Acuminata* L). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 1(2), 83-88.
- Ratnasari, D., Astuti, N., & Manullang, R. R. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Ikan Hias Lokal Khas Bangka Belitung Di Wilayah Kota Pangkalpinang (Tahun2020-2021). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(4), 444-467.

- Syamsir, L., Hubeis, M., & Pandjaitan, N. H. (2009). Aspek Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran Pallet dengan ISPM# 15 pada PT XYZ di Palembang. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 4(2), 225-235.
- Utami, D. P. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Pengolahan Kulit Manggis KWT Sri Lestari Desa Somongari Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 9(1), 13-23.
- Wardana, F. K., Qomaruddin, M., & Soeroto, W. M. (2021). Analisis Kelayakan Investasi Dengan Pendekatan Aspek Financial Dan Strategi Pemasaran Pada Program Ayam Petelur di BUM Desa Bumi Makmur. *Sebatik*, 25(2), 318-325.
- Wulandari, D. Y. (2020). Analisis Segmentaning, Targeting, Dan Positioning Pada Strategi Pemasaran Gerabah DI Sentra Kerajinan Keramik Kelompok Makmur Jaya Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Hinai Kab. Langkat. *Jumant* 12(1), 38-48.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir dan Jakfar. (2012). *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti Freddy, 2016. *Analisis SWOT; Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (A. Cristian (ed.); 1st ed.). Andi.