



ANALISIS CAPITAL BUDGETING PADA RENCANA EKSPANSI UKM OSHA SNACK

Kayla Rahma Faiza

Institut Pertanian Bogor

Natasya Regina Putri

Institut Pertanian Bogor

Muhammad Raidan Habiburrahman

Institut Pertanian Bogor

Bratasena

Institut Pertanian Bogor

Rajwa Nursa Deva

Institut Pertanian Bogor

Siti Fadhilah Nurfaizah

Institut Pertanian Bogor

Novia Rahmawati

Institut Pertanian Bogor

Farida Ratna Dewi

Institut Pertanian Bogor

Antonya Rumondang Sinaga

Institut Pertanian Bogor

Sari Heviawati

Institut Pertanian Bogor

Korespondensi penulis: 101006kayla@apps.ipb.ac.id

Abstrak. *This study analyzes the feasibility of business expansion of Osha Snack SMEs using qualitative (in-depth interviews) and quantitative (financial statement analysis) approaches. The qualitative aspect assesses operational, market, and HR factors, while the quantitative aspect uses the capital budgeting method by considering the calculation of the time value of money and discount rate to measure financial performance. The results revealed that Osha Snack has an efficient operational system, an organized HR structure, and an effective marketing strategy. The financial analysis resulted in a Payback Period (PBP) of 3.1 years, Net Present Value (NPV) of IDR83,915,911 (positive), Profitability Index (PI) of 1.4 (>1), and Internal Rate of Return (IRR) of 21.49% (exceeding the cost of capital). These indicators prove that Osha Snack's business expansion is financially feasible. In addition, the support of strong non-financial factors further strengthens the feasibility of business development. Thus, Osha Snack has good growth prospects and is recommended to continue the expansion plan.*

Keywords: *SMEs, Business Feasibility, Expansion, Capital Budgeting, Osha Snack.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis kelayakan ekspansi usaha UKM Osha Snack dengan pendekatan kualitatif (wawancara mendalam) dan kuantitatif (analisis laporan keuangan). Aspek kualitatif menilai faktor operasional, pasar, dan SDM, sedangkan aspek kuantitatif menggunakan metode capital budgeting dengan mempertimbangkan perhitungan nilai waktu uang dan tingkat diskonto untuk mengukur kinerja finansial. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Osha Snack telah memiliki sistem operasional yang efisien, struktur SDM yang terorganisir, dan strategi pemasaran yang efektif. Analisis finansial menghasilkan Payback Period (PBP) 3,1 tahun, Net Present Value (NPV) Rp83.915.911 (positif), Profitability Index (PI) 1,4 (>1), dan Internal Rate of Return (IRR) 21,49% (melebihi biaya modal). Indikator-indikator ini membuktikan bahwa ekspansi usaha Osha Snack layak secara finansial. Selain itu, dukungan faktor non-keuangan yang kuat semakin memperkuat kelayakan pengembangan bisnis. Dengan demikian, Osha Snack memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan direkomendasikan untuk melanjutkan rencana ekspansi.

Kata Kunci: UKM, Kelayakan Usaha, Ekspansi, Capital Budgeting, Osha Snack.

PENDAHULUAN

Di tengah situasi ekonomi yang berperan sebagai salah satu komponen pembangun negara, Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia mampu menjadi penopang utama perekonomian nasional. Data 2023 menunjukkan bahwa 66 juta pelaku UKM tidak hanya menyumbang 61% dari total PDB Indonesia, tetapi juga berhasil menyerap 117 juta tenaga kerja (Kadin.id, 2023). Fakta ini membuktikan betapa kewirausahaan lokal, yang oleh Henry dalam Fajri (2021) disebut sebagai "indikator vital peluang investasi dan produksi", memiliki pengaruh dalam peningkatan ekonomi dan perilaku produksi di suatu negara (Fajri, 2021).

Meskipun UKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, tak sedikit usaha yang masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen modal dan kapasitas produksi. Menurut penelitian yang menjadi dasar teori, disebutkan, sekitar 82% kegagalan UKM disebabkan oleh permasalahan manajemen arus kas, yang sebenarnya dapat diminimalisasi dengan pemahaman literasi keuangan yang memadai (Siska et al., 2024). Penilaian terhadap kelayakan usaha menjadi penting untuk memastikan keberlangsungan usaha tersebut. Menurut Jumingan dalam Afiah (2015), kelayakan usaha didefinisikan sebagai penilaian keberhasilan suatu usaha (Afiah et al., 2015). Dengan melakukan analisis kelayakan, pelaku usaha dapat lebih memahami potensi dan risiko yang dimiliki, sehingga mampu mengambil keputusan yang lebih tepat dalam mengatasi permasalahan bisnis.

Temuan Tambunan (2022), menunjukkan bahwa ketidakakuratan perhitungan modal dan kapasitas produksi menyebabkan pendapatan yang tidak konsisten dan meningkatnya biaya produksi (Tambunan, 2022). Hal ini menegaskan penerapan alat analisis kelayakan atau yang dalam manajemen keuangan disebut *capital budgeting* seperti *Payback Period* dan *Discounted Cash Flow (Net Present Value, Internal Rate of Return)*, untuk membantu pelaku UKM dalam membuat keputusan yang lebih akurat, menjadi krusial.

Sebagaimana dijelaskan oleh Maria Abuk dan Yusuf Rumbino (2020) *Net Present Value* digunakan untuk menilai profitabilitas jangka panjang dengan mendiskontokan seluruh aliran kas masuk dan keluar. Sedangkan, *Payback Period* mengukur efisiensi pengembalian modal dengan membandingkan lama periode pengembalian terhadap umur proyek (Maria Abuk dan Yusuf Rumbino, 2020). Implementasi NPV dan PP ini terbukti efektif pada UKM Mochi Medan Selayang, dimana perhitungan PP yang lebih cepat dari periode investasi dan NPV yang positif menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan (Hasugian et al., 2020).

Selain berguna untuk melihat kelayakan usaha selama periode berjalan, analisis standar kelayakan usaha juga dapat dijadikan sebagai dasar ekspansi. Dalam studi kasus Gerobak Chicken Steak menunjukkan bahwa ekspansi berhasil dilakukan ketika didukung oleh analisis kelayakan secara menyeluruh, terutama dalam analisis finansial dan pemasaran (Sahara & Nasution, 2024). Hal ini juga didukung oleh studi pada Batik Lochatara yang membuktikan bahwa perhitungan PP selama 2,45 bulan dan Break Even-Point yang positif menjadi indikator kuat untuk ekspansi usaha tersebut (Agustin et al., 2024).

Sebagai produsen oleh-oleh khas Bogor yang sudah berdiri sejak 2003, Osha Snack telah membuktikan keberlangsungan usahanya melalui produk olahan keju goreng yang telah di pasarkan ke banyak tempat, seperti: sentra oleh-oleh dan minimarket hingga ke supermarket (oshasnack.wordpress.com). Pengalaman yang sudah matang ini menjadikannya kandidat kuat untuk melakukan ekspansi bisnis. Namun, mengacu pada penelitian (Sahara & Nasution, 2024) dan (Agustin et al., 2024), ekspansi bisnis tanpa analisis kelayakan yang memadai berisiko menyebabkan kegagalan. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk menganalisis kelayakan

ekspansi UKM Osha Snack melalui kajian *capital budgeting*, sekaligus menyusun strategi perluasan usaha yang minim risiko. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik bagi perluasan UKM Osha Snack, pembaca, maupun pelaku usaha lainnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengambilan data adalah metode kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha serta studi dokumentasi terhadap laporan keuangan dan catatan operasional UMKM Osha Snack yang beralamat di Jl. Warung Jambu No. 45, RT.02/RW.07, Kelurahan Bantarjati, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi mengenai strategi bisnis, kondisi pasar, dan proses operasional yang memengaruhi kelayakan pengembangan usaha. Sementara itu, pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menganalisis aspek finansial melalui kajian *capital budgeting* yang meliputi perhitungan *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Internal Rate of Return* (IRR) berdasarkan data historis, seperti arus kas, biaya produksi, laporan laba rugi, dan neraca keuangan. Proses pengolahan data dilakukan secara numerik dengan mempertimbangkan nilai waktu uang dan tingkat diskonto yang relevan, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat digunakan untuk menilai kelayakan ekspansi secara lebih terukur dan sistematis. Metode ini diterapkan untuk menilai sejauh mana pengembangan usaha Osha Snack layak dilaksanakan dari sudut pandang finansial dan operasional.

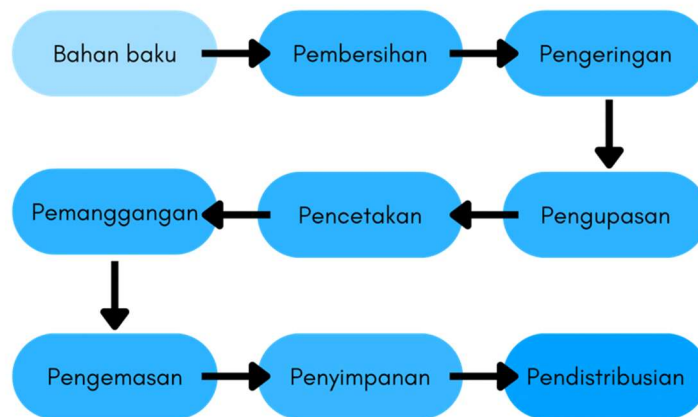
HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Operasional

Lokasi usaha merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung kelancaran kegiatan produksi dan distribusi. UKM Osha Snack berlokasi di Komplek IPB Baranangsiang 4, Jalan Mendut 51, Tanah Baru, Kota Bogor 16154. Lokasi ini terbilang strategis karena berada di kawasan yang cukup ramai, mudah dijangkau oleh kendaraan logistik, serta dekat dengan pusat pendidikan dan permukiman, yang memungkinkan terbukanya akses pasar yang lebih luas. Selain itu, fasilitas penunjang seperti jaringan listrik, air bersih, dan konektivitas digital turut mendukung keberlangsungan operasional usaha secara optimal.

Dari segi kapasitas produksi, UKM Osha Snack mampu memproduksi sekitar 800 kilogram produk setiap bulan, dengan estimasi waktu selama 20 hari kerja. Namun demikian, berdasarkan analisis kebutuhan pasar terkini, permintaan terhadap produk Osha Snack mencapai sekitar 1 ton per bulan, dengan permintaan terbanyak pada varian rasa keju goreng, brambang keju, dan kentang balado. Kesenjangan antara kapasitas produksi dan kebutuhan pasar ini menunjukkan potensi pengembangan usaha yang cukup signifikan, sehingga ekspansi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan pemenuhan permintaan konsumen yang terus meningkat.

ALUR PRODUKSI UKM OSHA SNACK



Dalam mendukung proses produksi tersebut, Osha Snack membutuhkan berbagai bahan baku utama seperti tepung ketan, tepung tapioka, bawang merah, bawang putih, kentang Dieng, cabai bubuk, cabai merah keriting, dan keju. Namun demikian, ketersediaan bahan baku ini tidak selalu stabil karena dipengaruhi oleh dinamika pasar, musim panen, dan fluktuasi harga bahan pokok. Oleh karena itu, manajemen perlu mengembangkan sistem pengadaan yang fleksibel dan strategi penyimpanan yang efisien guna mengantisipasi gangguan pasokan serta menjaga kontinuitas produksi dan mutu produk.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Osha Snack merupakan bisnis yang bergerak dibidang kuliner ringan, dengan portofolio produk berupa cemilan kering. Usaha ini merancang strategi pemasaran dengan melakukan analisis pasar secara menyeluruh, dimana target pasar dari usaha ini ialah anak remaja dan orang dewasa yang berusia sekitar 15-30 tahun. Segmentasi pasar ini dibagi berdasarkan letak geografis dan psikografis. Geografis yang berada di dekat instansi pendidikan menjadikan remaja, mahasiswa, dan pekerja sebagai target pasar yang utama. Sedangkan dari segi psikografis, Osha Snack menargetkan pasar pada khalayak ramai yang gemar pada cemilan, terlebih cemilan pedas.

Untuk memperluas pasarnya, Osha Snack menggunakan pendekatan “Strategi 4P”, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*.

Berdasarkan strategi *product*, Osha Snack menawarkan product cemilan seperti keju goreng, keripik brambang keju, dan keripik kentang balado. Strategi *price* adalah dengan menawarkan produk diharga yang sangat terjangkau, yaitu Rp27.500 untuk setiap 175 gram. Lokasi yang sangat strategis sudah menjadi bagian dari strategi *Place*. Sedangkan strategi *promotion*, Osha Snack menggunakan berbagai saluran untuk mendistribusikan produknya, yaitu *platform online* dan *offline*. Untuk *platform offline*, Osha Snack memanfaatkannya dengan menitipkan barangnya pada instansi seperti Alfamart, Indomaret, dan sejenisnya untuk memperluas jangkauan. Sementara *platform online* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, seperti Tiktok dan Instagram.

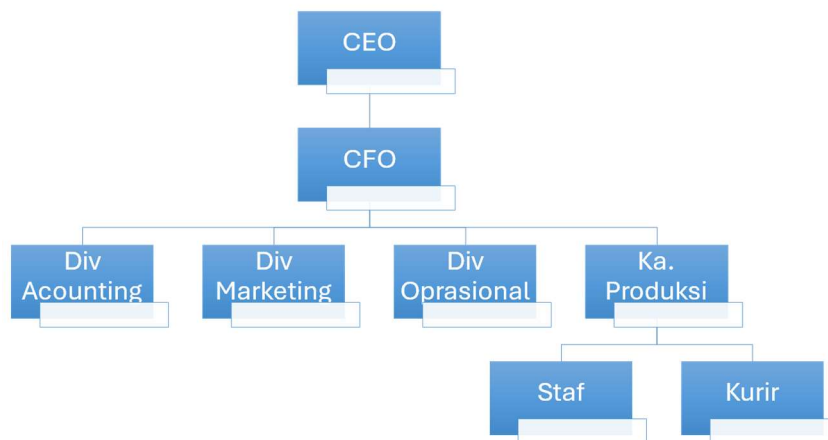
Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, tentunya Osha Snack juga memiliki pesaing yang bergerak dibidang yang serupa dengannya. Namun, untuk menghadapi persaingan yang kompetitif ini, Osha Snack mengunggulinya dengan menawarkan produk dengan rasa yang khas,

konsisten, dan variatif dengan harga yang sangat terjangkau. Osha Snack juga mampu menjaga hubungan baik dengan *customernya*, sehingga hal ini menjadi nilai tambahnya.

Tahun	Sales Target	Actual Sales	Selisih
1	Rp441.000.000	Rp455.000.000	+3,17%
2	Rp463.000.000	Rp450.000.000	-2,8%
3	Rp486.000.000	Rp605.817.000	+24,65%
4	Rp510.000.000	Rp646.532.700	+26,77%
5	Rp520.000.000	Rp838.355.400	+61,22%

Berdasarkan tabel 1. *Forecast* yang dibuat oleh UKM Osha Snack sebagai bagian dari upaya perencanaan pasar yang terstruktur. Usaha ini memproyeksikan pertumbuhan penjualan dengan proses yang bertahap. Namun, realisasi penjualan justru menunjukkan angka yang signifikan positif. Pertumbuhan penjualan yang dicapai Osha Snack bisa mencapai hingga 60% dari proyeksi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki performa pasar yang jauh lebih baik dari ekspektasi awal. Meskipun laba di tiga tahun terakhir mengalami lonjakan yang signifikan, proyeksi penjualan tetap disusun dengan pendekatan yang bertahap. Hal ini menunjukkan kehati-hatian dalam pengambilan keputusan, sekaligus memberi ruang optimisme untuk perluasan usaha.

Aspek Sumber Daya Manusia



Berdasarkan gambar 2. Osha Snack memiliki struktur perusahaan yang dikepalai oleh seorang CEO dan seorang CFO. Usaha ini diatur dalam 4 divisi, yaitu divisi accounting, divisi marketing, divisi operasional, dan divisi produksi (dengan staff pada divisi produksi sebanyak 10 orang). Untuk pendistribusian, Osha Snack memiliki satu orang staff pengantaran.

Sistem gaji pada Osha Snack sangat bervariasi berkisar Rp50.000 – Rp100.000 bergantung pada jadwal kerja, jam kerja, dan performa karyawan. Pekerja Osha Snack sendiri memiliki jam kerja dengan rincian: 8 jam kerja dan 1 jam istirahat. Diluar gaji, pekerja usaha ini mendapatkan uang makan dengan nominal Rp15.000/hari. Begitu pula dengan pekerja yang

overwork atau lembur, akan diberikan kompensasi yaitu uang tambahan sebesar Rp15.000 agar karyawan tetap produktif.

Aspek Keuangan

Banyaknya UKM yang mengalami masalah manajemen modal dan kapasitas produksi menjadikan analisis aspek keuangan sebagai aspek yang krusial. Penyusunan aspek keuangan dilakukan dengan metode *capital budgeting*, yaitu metode analisis investasi jangka panjang untuk menentukan kelayakan proyek usaha.

UKM Osha Snack yang telah berdiri cukup lama dinilai memiliki potensi untuk berkembang. Namun, hingga saat ini usaha tersebut belum melakukan perluasan usaha. Padahal, ekspansi dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing pasang. Tentu saja, ekspansi tidak dapat dilakukan tanpa perencanaan yang matang, terutama dari sisi finansial. Analisis kelayakan dianggap penting karena dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai suatu usaha, serta dapat menjadi pertimbangan untuk perluasan usaha.

Salah satu komponen yang penting sebelum menganalisis adalah kebutuhan modal, atau yang disebut *investment outlay*. Berikut adalah *investment outlay* yang dimiliki oleh Osha Snack untuk menjalankan usahanya:

Komponen Biaya	Presentase	Total Biaya
Pengadaan Sarana Produksi		
Dana Sendiri	100%	Rp69.350.000,00
Modal Awal Operasional		
Pinjaman	61,5%	Rp80.000.000,00
Dana Sendiri	38,4%	Rp50.000.000,00
Perencanaan dan Persiapan		
Dana Sendiri	100%	Rp10.000.000,00
TOTAL		Rp209.350.000,00

Berdasarkan tabel 2. Osha Snack memerlukan biaya sebesar Rp209.350.000 yang terdiri dari biaya pengadaan sarana produksi, modal awal operasional, serta biaya perencanaan usaha, dengan rincian: biaya pengadaan sarana produksi sebesar Rp69.350.000, biaya modal awal operasional sebesar Rp130.000.000, dan biaya perencanaan usaha sebesar Rp10.000.000.

Sebagian dana dari investasi awal merupakan dana sendiri yang dimiliki oleh pemilik usaha. Sedangkan 61,5% dari modal awal operasional, atau setara dengan Rp80.000.000, merupakan pinjaman tanpa bunga, yang akan dicatat kedalam proyeksi laporan laba-rugi sebagai berikut:

No	Uraian	Tahun			
		1	2	3	4
1	Pendapatan (Revenue)				
	Total Revenue	Rp838.355.400	Rp922.190.940	Rp1.014.410.034	Rp1.115.851.038
2	Pengeluaran				
	a. Biaya Variabel	Rp735.027.805	Rp808.685.004	Rp889.067.722	Rp978.105.103
	b. Biaya Tetap	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0

	c. Modal Pinjaman	Rp80.000.000,00	Rp0	Rp0	Rp0
	d. Pajak	Rp7.341.777	Rp7.760.954	Rp8.222.050	Rp8.729.255
	e. Penyusutan Mesin	Rp1.444.792	Rp1.444.792	Rp1.444.792	Rp1.444.792
	Total Pengeluaran	Rp823.814.374	Rp817.890.750	Rp898.734.564	Rp988.279.150
	R/L Sesudah Pajak	Rp14.541.026	Rp104.300.189	Rp115.675.469	Rp127.571.887
3	Profit on Sales	1,73%	11,31%	11,40%	11,43%
4	BEP	Rp71.290.419	Rp74.793.059	Rp78.234.887	Rp82.417.830

Berdasarkan tabel 3. Peneliti memproyeksikan laporan laba-rugi UKM Osha Snack untuk tahun 2025 hingga 2027 berdasarkan data aktual tahun pertama, yaitu 2024. Usaha ini memiliki jumlah pendapatan yang berbeda, namun relatif menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, yaitu dengan pendapatan kotor sebesar Rp838.355.400 di tahun pertama dan Rp1.115.851.038 pada tahun terakhir proyeksi.

Pendapatan usaha yang fluktuatif turut memengaruhi perubahan biaya variabel, terutama untuk menunjang kebutuhan bahan baku produksi. Meningkatnya pendapatan menyebabkan biaya variabel pun mengalami kenaikan. Begitu pula dengan total pengeluaran usaha, yang terdiri dari komponen biaya variabel, biaya tetap, modal pinjaman, pajak, dan penyusutan mesin.

Usaha ini tidak memiliki komponen biaya tetap. Mengingat pengeluaran gaji karyawan dikategorikan sebagai biaya variabel, dikarenakan sistem kerja yang berupa shift dan pembayaran harian. Selain itu, proses produksi dilakukan di rumah pemilik usaha, sehingga usaha ini tidak memiliki beban biaya sewa. Namun, dikarenakan proses produksi dilakukan di rumah pemilik usaha, terdapat pengeluaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sekitar 30% dari total pajak, yaitu sebesar Rp3.150.000 per tahun yang dinilai sebagai komponen pajak usaha.

Pada tahun pertama, usaha ini hanya mendapatkan profit sebesar 1,73%. Hal ini disebabkan oleh adanya pinjaman tanpa bunga sebesar Rp80.000.000 yang diterima pemilik usaha pada tahun ke-0 untuk mendukung kebutuhan operasional, dan seluruh pinjaman tersebut dikembalikan sekaligus pada tahun pertama usaha ini berjalan. Kemudian, tiga tahun berikutnya, usaha ini menunjukkan profit yang menguntungkan dengan laba bersih sekitar 11% setiap tahunnya.

Perhitungan Break-Even Point usaha Osha Snack memerlukan pendapatan minimum sebesar Rp71.290.419 pada awal tahun untuk mencapai titik impas. Nilai ini mencerminkan batas usaha minimal penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak mencapai kerugian, dengan penyusutan mesin dan pajak sebagai komponen biaya tetap. Dalam analisis ini, pajak dimasukkan kedalam komponen biaya tetap, sehingga secara otomatis pendapatan yang meningkat menyebabkan nilai Break-Even Point yang meningkat pula dari tahun ke tahun. Sedangkan, penyusutan mesin tetap dihitung dikarenakan pada lima tahun terakhir pemilik usaha melakukan pembaruan pada mesin, sehingga penyusutan mesin menjadi komponen biaya tetap.

Untuk menganalisis kelayakan usaha, diperlukan arus kas dari usaha tersebut. Berikut adalah arus kas UKM Osha Snack:

**ANALISIS CAPITAL BUDGETING PADA RENCANA
EKSPANSI UKM OSHA SNACK**

No	Keterangan	Tahun				
		0	1	2	3	4
1.	Arus Masuk					
	1. Total Penjualan		Rp838.355.400	Rp922.190.940	Rp1.014.410.034	Rp1.115.851.038
	2. Kredit					
	Modal Pinjaman	Rp80.000.000				
	Investasi					
	3. Modal Pribadi					
	a. Pembelian Mesin	Rp69.350.000				
	b. Pembelian Bahan Baku	Rp50.000.000				
	c. Biaya Investasi	Rp10.000.000				
	Arus Kas Perhitungan Internal Rate of Return		Rp838.355.400	Rp922.190.940	Rp1.014.410.034	Rp1.115.851.038
	Total Arus Masuk	Rp209.350.000	Rp838.355.400	Rp922.190.940	Rp1.014.410.034	Rp1.115.851.038
2.	Arus Keluar					
	1. Biaya Tetap		Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
	a. Investasi	Rp209.350.000				
	2. Biaya Variabel		Rp735.027.805	Rp808.685.004	Rp889.067.722	Rp978.105.103
	3. Hutang Jangka Pendek		Rp80.000.000			
	4. Pajak		Rp7.341.777	Rp7.760.954	Rp8.222.050	Rp8.729.255
	Total Arus Keluar	Rp209.350.000	Rp822.369.582	Rp816.445.958	Rp897.289.772	Rp986.834.358
3.	Pendapatan Bersih	Rp0	Rp15.985.818	Rp105.744.981	Rp117.120.261	Rp129.016.679
4.	Arus Kas Internal Rate of Return (IRR)	(Rp209.350.000)	Rp15.985.818	Rp105.744.981	Rp117.120.261	Rp129.016.679
5.	Akumulasi Pengembalian Arus Kas	(Rp209.350.000)	Rp15.985.818	Rp105.744.981	Rp117.120.261	Rp129.016.679
	Discount Factor	1,0000	0,9259	0,8573	0,7938	0,7350
	Present Value	(Rp209.350.000)	Rp14.801.683	Rp90.659.277	Rp92.973.839	Rp94.831.111
	Akumulasi Present Value	(Rp209.350.000)	(Rp194.548.316)	(Rp103.889.039)	(Rp10.915.199)	Rp83.915.911

Berdasarkan tabel 4. UKM Osha Snack memiliki arus kas yang fluktuatif, namun menunjukkan perubahan yang relatif meningkat. Tahun ke-0 yang merupakan tahun investasi, mengeluarkan biaya sebesar Rp209.350.000 sebagai bagian dari investasi awal. Terdapat juga pinjaman tanpa bunga sebesar Rp80.000.000 yang kemudian dikembalikan sekaligus pada tahun pertama.

Total penjualan pada tahun pertama sebesar Rp838.355.400 dan diproyeksikan akan meningkat setiap tahun sebesar 10% hingga mencapai Rp1.115.851.038 pada tahun keempat. Disisi lain, pengeluaran usaha mencakup biaya produksi yang menyesuaikan dengan kapasitas produksi dan proyeksi penjualan, beban pajak, serta hutang jangka pendek. Biaya variabel mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pendapatan, dari Rp735.027.805 hingga Rp978.105.103, hal ini menunjukkan bahwa beban baku dan operasional mengikuti kapasitas produksi dan proyeksi penjualan. Setelah dikurangi dengan beban pajak dan hutang jangka pendek, pendapatan bersih tahunan menunjukkan peningkatan, yaitu dari Rp15.985.818 pada tahun pertama menjadi Rp129.016.679 pada tahun terakhir proyeksi. Kenaikan pada arus kas masuk mencerminkan pertumbuhan usaha yang cukup stabil dan positif.

Arus kas bersih setiap tahun dihitung kembali dalam bentuk *present value* dengan menggunakan *discount factor* seperti pada tabel. Nilai akumulasi *present value* menunjukkan bahwa total keuntungan usaha dalam sekarang melebihi investasi awal. Penggunaan indikator IRR yang menunjukkan nilai positif membawa usaha ini pada analisis kelayakan yang dapat dinyatakan sebagai berikut.

Analisis Kelayakan Usaha		
PBP	3,1 tahun	Layak
NPV	Rp83.915.911	Layak
PI	1,4	Layak
IRR	21,49%	Layak

Berdasarkan tabel 5. Hasil perhitungan *Payback Period* (PBP) menunjukkan bahwa usaha ini mampu mencapai titik balik modal dengan waktu yang relative cepat, yaitu sekitar 3.1 tahun atau setara dengan 3 tahun 1 bulan. Nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp83.915.911 menandakan usaha ini mampu menghasilkan nilai tambah yang besar, bahkan setelah memperhitungkan biaya modal. *Profitability Index* (PI) juga berada diatas angka 1, yang menandakan bahwa investasi di usaha ini akan layak dilakukan. Ditambah lagi, *Internal Rate of Return* (IRR) mencapai 21,49%, jauh melampaui tingkat diskonto yang digunakan, semakin mengonfirmasi bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dari sisi finansial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang komprehensif, dapat disimpulkan bahwa UKM Osha Snack telah memenuhi semua kriteria kelayakan untuk melakukan ekspansi usaha. Dari aspek non-keuangan, perusahaan telah membangun sistem operasional yang efisien meliputi proses produksi, pengemasan, dan distribusi yang terstruktur dengan baik. Struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas pada aspek SDM, ditambah dengan strategi pemasaran yang efektif, terbukti dari konsistensi pencapaian penjualan yang selalu melampaui target, bahkan **mencapai**

61,22% di atas target pada tahun 2024. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa Osha Snack memiliki fondasi bisnis yang kuat untuk pengembangan usaha.

Analisis finansial lebih lanjut memperkuat kelayakan ekspansi ini. Hasil perhitungan menunjukkan indikator keuangan yang sangat positif dengan **Payback Period 3,1 tahun yang relatif singkat, NPV sebesar Rp83.915.911 yang bernilai positif, Profitability Index 1,4 yang menunjukkan profitabilitas baik, serta IRR 21,49% yang melebihi biaya modal.** Temuan ini tidak hanya mengindikasikan kelayakan investasi, tetapi juga menunjukkan prospek pertumbuhan yang menjanjikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ekspansi usaha Osha Snack merupakan keputusan yang tepat secara strategis dan finansial, didukung oleh data empiris yang valid dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, A., Saifi, M. & Dwiantmanto. (2015). *ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA PENDIRIAN HOME INDUSTRY (Studi Kasus pada Home Industry & Industri Cokelat "Cozy" Kademang Blitar)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Agustin, R., Aini, S. N., Romaisyah, L., Rizky, S., Lestari, M. (2024). *Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis dalam Keputusan Ekspansi (Studi Kasus Batik Lochatara Kediri)*.
- Fajri, A. (2021). PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.7 No.2 (2021). Hal. 104-112 ISSN (Print): 2460-5956 ISSN. (Online): 2548-5911. DOI: <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v7i2.619>
- Hasugian, I. A., Ingrid, F. & Wardana, K. (2020). ANALISIS KELAYAKAN DAN SENSITIVITAS : STUDI KASUS UKM MOCHI KECAMATAN MEDAN SELAYANG. In *Cetak) Buletin Utama Teknik* (Vol. 15, Issue 2). Online.
- Kadin Indonesia (2023). *Data dan Statistik UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Maria Abuk dan Yusuf Rumbino, G. (2020). ANALISIS KELAYAKAN EKONOMI MENGGUNAKAN METODE NET PRESENT VALUE (NPV), METODE INTERNAL RATE of RETURN (IRR) PAYBACK PERIOD (PBP) PADA UNIT STONE CRUSHER di CV. X KAB. KUPANG PROV. NTT ECONOMIC FEASIBILITY ANALYSIS USING NET PRESENT VALUE (NPV) METHOD, PAYBACK PERIOD (PBP) INTERNAL RATE OF RETURN (IRR) METHOD ON STONE CRUSHER UNIT at CV. X KAB. KUPANG PROV. NTT. *Jurnal Ilmiah Teknologi FST Undana*, 14(2).
- Osha Snack (2015). *Company Profile Osha Snack*. <https://oshasnack.wordpress.com/2015/04/30/company-profile/>
- Sahara, S., Nasution, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI). Vol. 4 No. 1 Januari 2024 Page 219-229 E-ISSN: 2774-4221
- Siska, E., Hasanudin, M. M. & Akt, M. (2024). *Mendongkrak Kinerja UMKM: Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah* Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta. www.publisher.alungcipta.com
- Tambunan, N. (2022). *ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL AGROINDUSTRI EMPING MELINJO DI IKM KASIH BUNDA (Studi Kasus di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan)* Oleh Nurhanna Tambunan NPM 17754031.