

---

## STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA WWW.SIKUMIS.COM (E-COMMERCE PERTANIAN)

Altatit Dianawati<sup>1</sup>, Tiya Aissiyah Zamil<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok<sup>12</sup>

[altatit.dianawati@stiegici.ac.id](mailto:altatit.dianawati@stiegici.ac.id)<sup>1</sup>, [tiya.aissiyah@gmail.com](mailto:tiya.aissiyah@gmail.com)<sup>2</sup>

---

Received: 10 Feb 2024  
Revised: 14 Mar 2024  
Accepted: 29 April 2024

### Abstrak

Tujuan dari analisa dan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan bisnis [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com). Fokus studi kelayakan bisnis ini adalah (1) Aspek Pemasaran, (2) Aspek Sumber Daya Manusia, (3) Aspek Operasional/Teknologi, (4) Aspek Hukum, dan (5) Aspek Keuangan. Hasil dari analisa setiap aspek ini akan menjadi dasar pengambilan keputusan apakah [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) layak dikembangkan atau perlu perbaikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua aspek ini memiliki hasil yang cukup baik. Dari Aspek Pasar dan Pemasaran menunjukkan bahwa target pasar dari [sikumis.com](http://www.sikumis.com) memiliki prospek yang baik. Dari Aspek Sumber Daya Manusia hasilnya cukup baik namun masih perlu pengembangan dalam segi pengetahuan Teknologi Informasi. Dari Aspek Operasional/Teknologi memiliki hasil yang cukup baik karena didukung dengan fitur – fitur aplikasi web yang sangat membantu baik konsumen maupun para mitra petani. Dari Aspek Hukum bisnis ini sudah berbadan hukum sebagai Perseroan Terbatas. Dari Aspek Keuangan nilai ROI 123.7% ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha [sikumis.com](http://www.sikumis.com) berjalan dengan baik. Nilai IRR yang mencapai 153.5% menunjukkan layaknya kegiatan bisnis [sikumis.com](http://www.sikumis.com), hal ini ditentukan dengan kemanfaatan nilai modal yang menghasilkan keuntungan hingga 153.5%. Nilai NPV adalah positif dengan nilai Rp. 13.440.011.644. Nilai PP 0.65 dan nilai BEP 3.659.081.960.

**Keywords:** Studi Kelayakan, Bisnis, E-Commerce,

(\*) Corresponding Author: Altatit Dianawati, [Altatit.dianawati@stiegici.ac.id](mailto:Altatit.dianawati@stiegici.ac.id), 08158768186

**How to Cite:** *Global Intellectual Community of Indonesia Journal*, (1 (1)2024

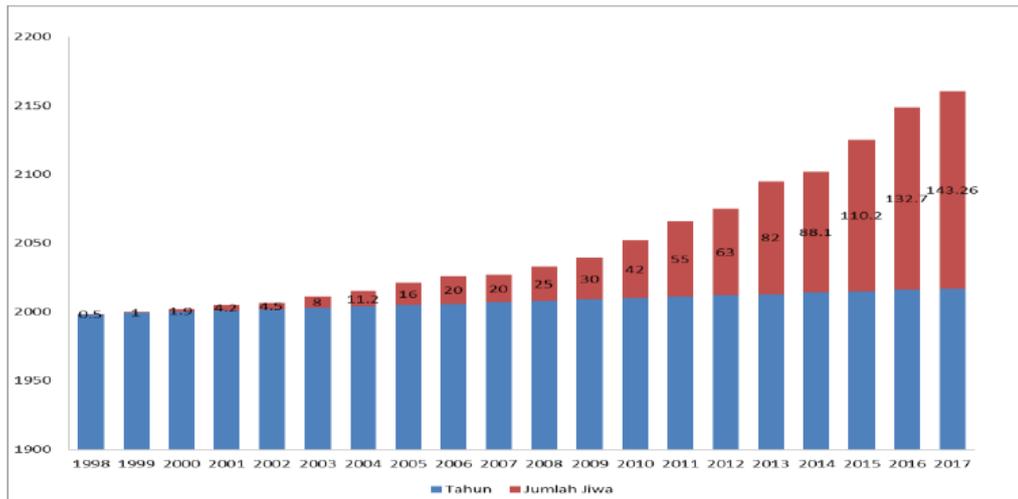
---

## PENDAHULUAN

Dalam dua dasa wara terakhir hingga saat ini, Teknologi Informasi (TI) telah berkembang dan berevolusi, semua indikasi adalah kemajuan teknologi dan penggunaan teknologi akan terus berlanjut. Internet merupakan bentuk dari pengembangan teknologi informasi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuka jalan bagi peluang jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Hal ini diimbangi oleh meningkatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan dengan marketplace baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang luas yang tidak terbatas waktu dan tempat.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari grafik yang terus meningkat dari data tahun 1998 – 2017 seperti terlihat pada grafik berikut :

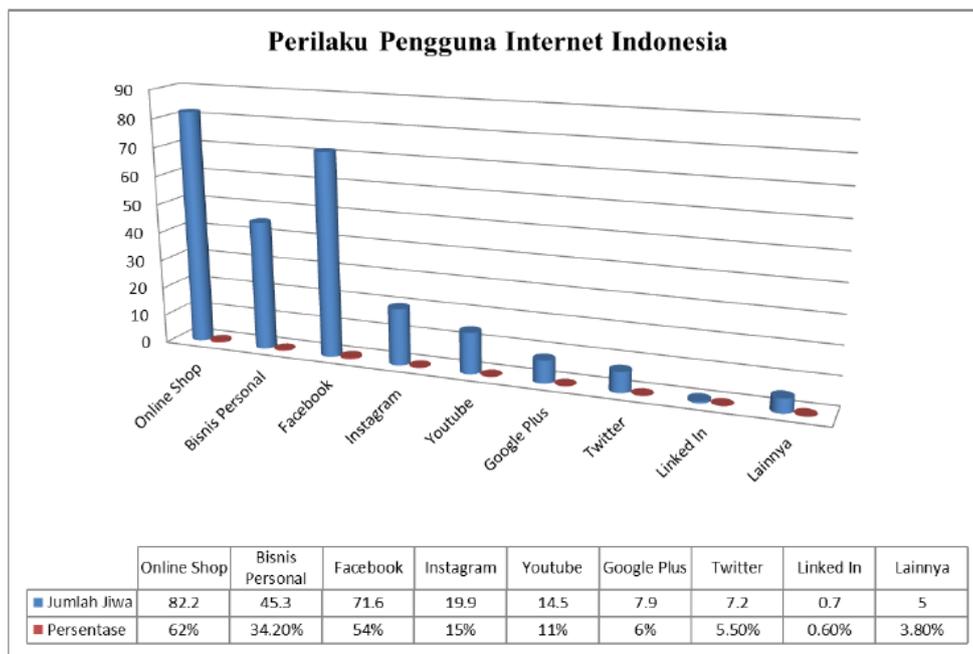
**Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber : <http://www.apjii.or.id>.

Jumlah total penetrasi pengguna internet di Indonesia, yang mengalami pertumbuhan delapan persen dari 132,7 juta menjadi 143,26 juta, setara dengan 54,68 persen dari 262 juta jiwa penduduknya. Pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui alat bergerak seperti perangkat mobile atau smartphones, personal notebook, netbook dan tablet PC. Berdasarkan data APJII tahun 2016, konten online shop dalam konten komersial merupakan konten yang paling sering dikunjungi oleh para pengguna internet. Dari 132,7 juta pengguna internet, sebanyak 82,2 juta atau sekitar 62% pengguna internet mengunjungi online shop. Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang bisnis e-commerce menjanjikan dimana dapat dilihat pada tahun 2016, masyarakat pengguna internet di Indonesia sudah sangat terbiasa dengan online shop sehingga dapat memperbesar mangsa pasar online shop sendiri. Maka bisnis e-commerce di Indonesia sangat berpeluang dan menjanjikan.

**Gambar 1.2. Perilaku Pengguna Internet Indonesia**



Sumber : <http://www.apjii.or.id>

Bisnis *E-Commerce* merupakan bisnis yang bergerak pada perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya. Ecommerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, system manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Dapat disimpulkan bahwa perdagangan yang dilakukan melalui jejaring.

Www.sikumis.com merupakan salah satu *E-commerce* dibidang pertanian yang dimiliki oleh PT. Sabas Sinergi Indonesia. www.sikumis.com memiliki misi menyederhanakan rantai distribusi pangan (pasar lelang), penyedia dan pembiayaan P2P sarana produksi pertanian dari hulu ke hilir agar tercipta harga dan kedaulatan pangan yang sustainable melalui teknologi digital pertanian. Sikumis.com merupakan sebuah web dan apps platform penyediaan pembiayaan non Bank (P2P) untuk BUMdes (Fintech) dan sarana prasarana murah serta memangkas jalur distribusi dengan mempertemukan petani, nelayan, peternak ke pedagang besar, eksportir, pabrikan, horeka, hingga pemerintah (B2B/pasar lelang online) dengan sistem resi gudang.

Sektor pertanian dihadapkan pada sejumlah kendala, antara lain kurangnya pemanfaatan teknologi dan sulitnya pemasaran. Dalam rangka mengembalikan kedudukan sektor pertanian ke posisi strategis, maka perlu upaya yang dilakukan melalui pendekatan baru, yaitu pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di berbagai kegiatan pertanian. Salah satu penerapan TIK pada bidang pertanian tampak pada aktifitas *e-commerce* (kegiatan jual beli produk menggunakan internet). Melalui sikumis.com diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam menerapkan ecommerce yang dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha agribisnis.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksploratif, yaitu metode yang dilaksanakan untuk menggali data dan informasi tentang topik atau isu – isu baru yang ditujukan untuk kepentingan pendalaman atau penelitian lanjutan. Penelitian eksploratif menjadi langkah awal setiap penelitian yang bertolak dari variabel, bukan dari fakta. Jenis penelitian ini berhubungan erat dengan pertanyaan dasar yang pertama yaitu ‘apa’. Dengan mengajukan pertanyaan ‘apa’. Penelitian eksploratif berkeinginan untuk mengetahui suatu gejala atau peristiwa yang terjadi (Werang, 2015: 3).

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sabas Sinergi Indonesia (www.sikumis.com) yang beralamat di Plasa Telkom Lantai 7 Jl. Yos Sudarso Kav. 23-24 Tanjung Priok Jakarta Utara – DKI Jakarta, pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Juni 2019. Sumber data dalam penelitian menggunakan data Primer dan Sekunder dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Alat analisis yang digunakan menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan Pemasaran, SDM, Operasioal Teknologi, Keuangan dan Hukum.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### ***HASIL***

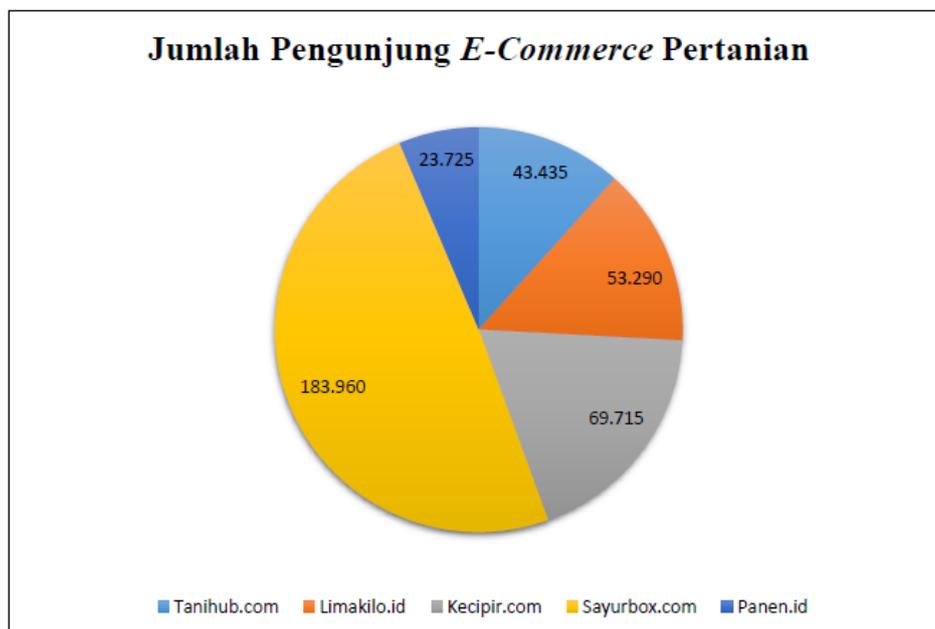
Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut : Sikumis.com adalah platform e-commerce agribisnis dibawah naungan Sabas Network Group yang didirikan oleh Bapak Edward S. Siagian dan Ibu Chintya Fransisca Ukus pada tahun 2010. Kemudian pada tahun 2015 Sabas Network Group membentuk PT. Sabas Sinergi Indonesia sebagai pengelola sikumis.com yang bergerak segmen penjualan online, marketplace, dan pembiayaan retail online dari produk – produk yang dimilikinya, didukung oleh ribuan brand sarana produksi pertanian, peternakan, perikanan, usaha pangan dan lingkungan. Keberadaan sikumis.com membantu mensejahterakan petani, peternak, nelayan dan pengusaha pangan dengan menyediakan alat dan mesin beragam produk usaha dari mulai bibit, pupuk hingga alat laboratorium agri dengan harga pabrik.

Sikumis.com diharapkan dapat memotong mata rantai distribusi pangan agar para petani, peternak dan nelayan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar, sebaliknya di sisi konsumen masyarakat akan mendapatkan harga yang lebih murah, transparan serta stabil dengan pendeknya rantai distribusi tersebut. Hasil dari penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

**a) Hasil Analisa Aspek Pasar.**

Indonesia sebagai negara agraris menunjukkan bahwa sektor pertanian mempunyai peranan yang penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama sebagai sumber bahan pangan bagi penduduk Indonesia, penyumbang devisa negara di sektor non migas oleh karena itu sektor pertanian perlu didukung dalam perkembangannya. Dengan mempertimbangkan hal tersebut maka sikumis.com ikut serta dalam pengembangan tersebut berupa teknologi untuk pemasaran produk – produk agribisnis (e-commerce).

Pangsa pasar sikumis.com meliputi pabrik, perusahaan, pemerintahan, perkebunan, UKM agri, petani, nelayan bahkan ibu rumah tangga dalam bentuk pemasaran produk melalui e-commerce. Saat ini total jumlah pengunjung e-commerce pertanian yaitu 374 ribu dari 82,2 juta pengunjung online shop hal tersebut menunjukkan bahwa sikumis.com masih memiliki potensi pasar. Berikut pie chart pengunjung E-commerce pertanian :



**Gambar 4.2. Jumlah Pengunjung E-commerce Pertanian**  
Sumber : Website Terkait

**b) Analisa SWOT**

SWOT merupakan akronim dari kata: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisis SWOT adalah metode untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) suatu perusahaan. Analisis ini berguna untuk menentukan strategi dan arah perusahaan pada masa depan serta melakukan perencanaan strategis sebelum menjalankan aktivitas bisnis. Fungsi analisis SWOT lainnya, yakni: Membantu perusahaan untuk menganalisis bagaimana cara terbaik yang bisa dilakukan perusahaan saat ini. Merancang strategi di masa mendatang. Mencari tahu hal-hal yang bisa menghambat usaha atau bisnis

Dalam perencanaan pemasaran produk ataupun jasa tentu memerlukan rangkaian pemikiran strategi yang tepat dalam mewujudkan gagasan baru untuk memenangkan persaingan di pasar yang telah ditentukan. Strategi sendiri sebenarnya bukanlah sepenuhnya hal yang bersifat kuantitatif tetapi banyak hal yang bersifat kualitatif yang sering merupakan hal yang sangat menentukan langkah ke depan dari perusahaan. Pihak www.sikumis.com

merangkum dalam analisa secara menyeluruh pihak perusahaan yaitu menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang dapat dijadikan acuan dalam penentuan strategi perusahaan.

Tabel 4.1. Matrik SWOT

Matrik SWOT WWW.SIKUMIS.COM	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	1. Strategi pemasaran yang sangat efektif. 2. Kemudahan pembayaran. 3. Harga yang kompetitif. 4. Produk berkualitas dan beragam.	1. Promosi belum menjangkau pedesaan. 2. Proses transaksi masih rumit bagi pemula. 3. Website belum begitu dikenal 4. Waktu pelayanan.
<i>Opportunity (O)</i>	SO	WO
1. Gaya hidup 2. Perkembangan teknologi yang pesat. 3. Pasar bebas. 4. Meningkatnya jumlah pengguna internet.	Melakukan peningkatan fitur dengan memanfaatkan perkembangan teknologi guna memperkuat strategi pemasaran agar mampu bersaing di pasar bebas.	Menambahkan jam pelayanan mengingat jumlah pengguna internet yang semakin banyak jika hanya terbatas di jam kerja saja maka tidak dapat melayani potensi pelanggan yang banyak.
<i>Threat (T)</i>	ST	WT
1. Regulasi pemerintah. 2. <i>Security system</i> . 3. Kompetitor. 4. Persaingan global.	Melakukan peningkatan keamanan pada website sikumis.com agar tidak mudah diretas serta menambah kerjasama dengan pemilik brand – brand industri pertanian.	Membuat kerjasama dengan perangkat desa dalam hal pengenalan internet terhadap para petani agar promosi yang dilakukan dapat menjangkau pedesaan.

Sumber : Peneliti (2019)

Berdasarkan Matriks SWOT diatas berikut perhitngan skor menggunakan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), berikut perhitungannya :

Tabel 4.2. Tabel IFAS

Faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths</i>	Strategi pemasaran yang efektif	0,17	5	0,86
	Kemudahan pembayaran	0,14	3	0,43
	Harga	0,12	4	0,46
	Kualitas produk	0,16	4	0,64
<i>Weakness</i>	Promosi	0,13	2	0,25
	Proses transaksi	0,10	2	0,21
	Web belum dikenal	0,12	2	0,23
	Waktu pelayanan	0,06	2	0,11
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,19</b>

Sumber : PT. Sabas Sinergi Indonesia (2019)

Tabel 4.3. Tabel EFAS

Faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor
Opportunity	Gaya hidup	0,14	4	0,56
	Perkembangan teknologi	0,14	4	0,56
	Pasar bebas	0,09	3	0,28
	Pengguna internet meningkat	0,14	5	0,71
Threat	Regulasi pemerintah	0,12	3	0,35
	Security system	0,09	2	0,18
	Kompetitor	0,12	3	0,36
	Persaingan global	0,14	3	0,42
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>27,00</b>	<b>3,42</b>

Sumber : PT. Sabas Sinergi Indonesia (2019)

### c) Analisa Bauran Pemasaran

- **Analisa Pasar**

Sikumis.com memiliki 6 industri unggulan yang terdiri dari banyak pilihan kategori dan sub kategori produk untuk mempermudah konsumen dalam menemukan berbagai macam produk kebutuhan subsistem agribisnis secara keseluruhan. Sikumis.com memenuhi kebutuhan sektor – sektor industri melalui berbagai macam produk agribisnis dan telah bermitra dengan petani – petani seluruh Indonesia. Berikut industri dan kategori produk yang ada di sikumis.com :

Tabel 4.4. Daftar Produk Sikumis.com

NO.	INDUSTRI	KATEGORI PRODUK
1.	Pertanian	Alat dan mesin pra pasca panen
		Obat dan vitamin pertanian
		Benih hortikultura
		Benih hasil hutan non kayu
		Alat pertanian
2.	Peternakan dan kesehatan hewan	Alat dan mesin unggas
		Alat uji telur unggas
		Pakan binatang peliharaan
		Bahan baku pakan ternak dan unggas
		Indukan dan bibit ternak
3.	Perikanan dan kelautan	Alat dan mesin ikan dan udang budidaya
		Alat dan mesin ikan tangkap
		Tanaman air hias
		Bahan kimia perikanan
4.	Usaha pangan dan minuman	Alat dan mesin usaha bahan pangan
		Alat dan mesin usaha rempah - rempah
		Alat uji keamanan pangan
5.	Taman dan lingkungan	Pertamanan dan lapangan
		Lingkungan hidup
		Pertambangan
6.	IoT dan sarana desa	Majalah
		IoT agri
		Pelatihan dan riset

Sumber : PT. Sabas Sinergi Indonesia (2019)

- **Analisa Harga**

Penentuan harga produk sikumis.com dilakukan oleh manajemen PT. Sabas Sinergi Indonesia. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran dan dalam rangka memenangkan pasar. Pesaing akan memberikan reaksi terhadap harga yang ditetapkan terhadap produk. Untuk itu manajemen PT. Sabas Sinergi Indonesia selalu membuat rencana yang matang untuk dibicarakan dengan seluruh pihak manajemen yang terkait. Karena kesalahan menentukan harga produk dan memprediksikan respon dari pesaing serta konsumen akan berakibat buruk bagi perusahaan. Berikut perbandingan harga komoditas antara sikumis.com dengan kompetitor (harga perkilo).

**Tabel 4.5. Perbandingan Harga Antara Sikumis.com dengan Kompetitor**

Nama Komoditas	E-Commerce			
	Sikumis.com	Tanihub.com	Limalilo.id	Kecipir.com
Bawang Merah	61.800	79.200	65.600	63.200
Bawang Putih	58.800	62.000	65.600	59.000
Cabe Merah Besar	73.900	75.000	96.000	87.700
Wortel	44.800	60.000	49.000	45.000
Tomat	36.000	40.000	38.000	36.500
Buah Naga	30.000	32.500	33.000	37.150

Sumber : Website Terkait

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa harga produk komoditas pertanian yang terdapat di website sikumis.com lebih murah dibandingkan dengan para kompetitor.

- **Analisa Tempat.**

Sikumis.com berlokasi di Plasa Telkom Lantai 7 Jl. Yos Sudarso Kav. 23 – 24 Tanjung Priok Jakarta Utara – DKI Jakarta. Untuk distribusi atau pengiriman produk saat ini sikumis.com memiliki 3 armada yang menjangkau wilayah Jabodetabek. Sedangkan untuk pengiriman keluar Jabodetabek sikumis.com bekerjasama dengan Indah Cargo, JNE, Pos Indonesia, Rex, Sicepat dan Herona Express.

- **Analisa Promosi.**

Sikumis.com melakukan promosi khusus dalam memasarkan produknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian iklan dan promosi berikut strategi promosi yang sering dimanfaatkan oleh manajemen sikumis.com :

- Memperoleh review dari beberapa media jurnalistik seperti Beritasatu, Kompas TV dan beberapa media online lainnya seperti Techinasia, e27, dan lain sebagainya. Strategi ini cukup murah namun masih perlu dipertanyakan efektifitasnya ke publik. Situs jual beli dimanapun membutuhkan promosi yang gencar dan massif.
- Menjalin kerjasama dengan pemerintah. Manajemen sikumis.com nampaknya ingin digandeng oleh pemerintah untuk memberikan solusi pelayanan pemasaran digital khususnya untuk petani.
- Berpartisipasi dalam beberapa event nasional yang terkait dengan dunia pertanian. Keterlibatan sikumis.com dalam event yang dimaksud antara lain pemilihan petani muda, hack a farm, ajang pemilihan perempuan petani dan lain sebagainya. Event event tersebut kebanyaka diiniasi oleh NGO luar dan lokal seperti salah satu contohnya yaitu Oxfarm. Keterlibatan dalam event seperti disebutkan diatas cukup bagus untuk menampilkan eksistensi suatu lembaga. Namun, pada hakikatnya tetap pada tujuan awal pendirian situs jual beli online yaitu memperoleh kunjungan website yang melimpah dan menciptakan transaksi bisnis yang sangat besar.

- **Analisa People (Orang).**

Saat ini personel sikumis.com berjumlah total 20 orang yang terbagi kedalam empat divisi berikut :

- Divisi Marketing
- Divisi Sales
- Divisi Logistik dan Distribusi
- Divisi Business Development

- **Analisa Proses.**

Proses saluran pemasaran sikumis.com adalah hasil panen petani kemudian dipasarkan oleh sikumis.com melalui website [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) ataupun petani mitra dapat melakukan pemasaran sendiri dengan mencantumkan produk melalui website [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com), biasanya petani akan mencantumkan produk melalui website sikumis sebelum panen raya, kemudian setelah produk dan harga tercantum pada website konsumen akan melihat – lihat mana produk yang sesuai dengan minat dan kriteria Kemudian setelah konsumen melakukan transaksi dan pembayaran secara online pihak sikumis akan menghubungi mitra tani untuk mengirimkan produk. Untuk proses pendistribusiannya bisa melalui agen resmi terdekat atau langsung diambil di kantor sikumis.

- **Analisa Bukti Fisik**

Physical Evidence adalah perangkat – perangkat yang dibutuhkan apa saja, bisa saja kemasan, atau mungkin tataletak dan lainnya. Saat ini sikumis.com juga memaksimalkan SEO (Search Engine Optimization), sikumis.com memang tidak bekerjasama dengan search engine tertentu tetapi Sikumis.com memanfaatkan tim IT yang mampu menjadikan web sikumis.com di posisi teratas.



Gambar 4.3. Tampilan Website Sikumis.com

Sumber : [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com)

d) **Analisis TSP**

- **Analisa Segmentation.**

Perusahaan perlu memahami segmen pasar yang akan dijadikan sasaran. Potensi pasar yang dapat dijadikan sasaran dari sikumis.com berdasarkan demografis yaitu pria maupun wanita dewasa yang membutuhkan hasil pertanian dan berdasarkan geografis konsumen yang tinggal di seluruh wilayah Indonesia. Terdapat dua segmen (1) Agriindustri yang membutuhkan alat - alat pertanian; (2) konsumen dari produk hasil pertanian.

- **Analisa Targetting.**  
Target pasar sikumis.com adalah konsumen pedagang eceran, konsumen industry catering, rumah makan, warung sayur, hotel, restoran, serta konsumen akhir. Sikumis.com memperpendek jalur pemasaran dari petani sampai ke tangan konsumen, akan tetapi konsumen pedagang dapat membeli produk agroindustri dalam jumlah yang besar dengan harga yang pantas, hal ini dibutuhkan petani untuk mengefisienkan pemasaran hasil produksinya.
  - **Analisa Positioning**  
Berdasarkan produk yang dipasarkan yang tidak mengkhususkan pada satu komoditas pertanian namun juga sebagai pemasok peralatan industri pertanian maka sikumis.com dapat dikategorikan sebagai penantang pasar.
  - **Analisa Hasil Aspek Sumber Daya Manusia.**  
Alokasi sumber daya manusia yang akan digunakan dan kualitas sumber daya manusia juga berperan penting. Saat ini sikumis.com memiliki jumlah total karyawan 20 orang baik karyawan tetap maupun kontrak.
- e) **Hasil Analisis Aspek Operasional/Teknologi.**
- **Analisa Aspek Operasional.**  
Untuk penyimpanan produk saat ini sikumis.com belum memiliki gudang khusus, hanya ada satu ruangan yang biasa digunakan untuk penyimpanan produk – produk mesin pertanian saja. Kedepan akan segera dilakukan pelebaran gudang guna menyimpan seluruh produk sikumis.com.
  - **Analisis Aspek Teknologi.**  
Hasil wawancara dengan bagian Business Development PT. Sabas Sinergi Indonesia mengenai teknologi platform sikumis.com ini dibuat sebagai sarana untuk para pelanggan yang membutuhkan komoditi dengan jumlah tetap dan rutin, dengan dilengkapi berbagai fasilitas yang biasanya digunakan oleh para pelanggan sikumis.com yang terdiri dari berbagai kalangan, seperti perhotelan, catering, rumah makan atau restoran (Horeka), rumah sakit bahkan eksportir dan importir.
  - **Hasil Analisis Aspek Hukum.**  
Dalam studi kelayakan bisnis selain regulasi dalam industri, kita juga harus memperhatikan beberapa peraturan yang memiliki keterkaitan dengan bidang usaha terutama perizinan. Sikumis.com termasuk dalam jenis perusahaan Perseroan Terbatas dibawah naungan PT. Sabas Sinergi Indonesia.
  - **Hasil Analisis Aspek Keuangan;**  
Aspek keuangan dalam penelitian ini adalah salah satu poin penting untuk mengetahui kelayakan usaha ini secara finansial yang meliputi beberapa Analisa sebagai berikut: 1) Analisa modal investasi berupa (biaya pengurusan Perijinan). 2) investasi kantor (pembelian peralatan kantor ) 3) investasi kendaraan untuk operasional ( pembelian mobil boxdan sepeda motor).
- f) **Analisa ROI (Return On Investment).**  
Untuk menghitung rasio laba bersih terhadap biaya untuk usaha penjualan produk agro di www.sikumis.com dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Total Harta}} \times 100\% \\ &= \frac{7.677.580.000}{6.204.000.000} \times 100\% \\ &= 123,7 \% \end{aligned}$$

Nilai ROI yang tinggi menunjukkan bahwa kegiatan usaha sikumis.com berjalan dengan sangat baik.

**g) Net Present Value (NPV).**

Untuk menganalisa profitabilitas dari usaha penjualan produk agro di www.sikumis.com dapat dilakukan dengan menghitung nilai bersih saat ini (NPV) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0$$

Keterangan

NPV = Net Present Value (dalam rupiah)

C<sub>t</sub> = Arus Kas Per Tahun pada Periode t

C<sub>0</sub> = Nilai Investasi Awal pada Tahun ke 0 (dalam rupiah)

r = Suku Bunga atau Discon Rate (dalam %)

Dalam hal analisa sikumis.com dapat dihitung :

C<sub>0</sub> = Rp. 5.000.000.000,-

C<sub>t</sub> = Rp. 7.677.580.000,-

r = 12%

$$NPV = (C_1/1+r) + (C_2/1+r)^2 + (C_3/1+r)^3 - C_0$$

$$NPV = (7.677.580.000/1+0,12) + (7.677.580.000/1+0,12)^2$$

$$+ (7.677.580.000/1+0,12)^3 - 5.000.000.000$$

$$NPV = 18.440.011.644 - 5.000.000.000$$

$$NPV = 13.440.011.644.$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka nilai bersih saat ini atau nilai Net Present Value (NPV) adalah positif dengan nilai sebesar Rp. 13.440.011.644 Ini berarti kegiatan usaha sikumis.com dapat menghasilkan sekitar 13 Milyar Rupiah maka dapat diputuskan bahwa rencana investasi usaha sikumis.com dapat dilanjutkan. Nilai NPV yang positif (NPV > 0) menunjukkan bahwa penerimaan lebih besar dibandingkan dengan nilai yang diinvestasikan sedangkan nilai NPV negative (NPV < 0) menandakan penerimaan lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran atau akan mengalami kerugian pada investasinya setelah mempertimbangkan Nilai Waktu Uang (Time Value of Money). Namun apabila perhitungan NPV adalah Nol (NPV=0), maka artinya investasi atau pembelian tersebut hanya balik modal (tidak untung tidak rugi).

Net Present Value (NPV) Net Present Value (NPV) merupakan metode yang menghitung selisih antara manfaat atau penerimaan dengan biaya atau pengeluaran. Net Present Value (NPV) banyak digunakan dalam penganggaran modal untuk menganalisa profitabilitas dari sebuah proyek ataupun proyeksi investasi.

Fungsi NPV menggunakan urutan nilai dalam array untuk menerjemahkan urutan pembayaran dan penerimaan. Pastikan memasukkan nilai pembayaran dan penerimaan

dalam urutan yang tepat. Investasi NPV dimulai satu periode sebelum tanggal nilai arus kas pertama dan berakhir dengan nilai arus kas terakhir dalam array.

**h) Internal Rate of Return (IRR).**

Untuk menghitung apakah usaha sikumis.com layak untuk dijalankan, dapat dilakukan dengan cara menghitung tingkat pengembalian modal yang dianalisis menggunakan rumus perhitungan IRR sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \\ &= \frac{7.677.580.000}{5.000.000.000} \times 100\% \\ &= 153,5\% \end{aligned}$$

Nilai IRR yang mencapai 153.5 % menunjukkan layaknya kegiatan usaha sikumis.com, hal ini ditentukan dengan kemanfaatan nilai modal yang menghasilkan keuntungan hingga 153.5%.

**i) Break Event Point (BEP).**

Dalam menghitung titik impas yakni sebuah titik dimana biaya pengeluaran dan pendapatan adalah seimbang sehingga belum terjadi keuntungan atau kerugian, maka dapat dihitung dengan rumus dibawah ini.

$$\begin{aligned} \text{BEP Rupiah} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\ &= \frac{\text{Rp. 3.628.580.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 64.000.000}}{\text{Rp. 7.677.580.000}}} \\ &= \text{Rp. 3.659.081.960} \end{aligned}$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa titik impas yaitu harus mencapai penjualan sekitar 3.6 Milyar.

BEP diartikan sebagai impas, yakni keadaan di mana usaha tidak mendapatkan laba, tapi juga tidak menderita kerugian. Break even point atau sering disingkat dengan BEP merupakan pedoman penting bagi seorang pengusaha. Sebab, manfaat analisis break even point adalah sebuah perhitungan yang akan menunjukkan biaya total produksi dalam membuat suatu produk baru.

Tujuan BEP Membantu perusahaan untuk bekerja lebih efisien dan efektif seperti dari tenaga manusia ke mesin. Hal ini akan berdampak pada biaya variabel dan tetap serta mampu menekan biaya produksi. Mengetahui sisa kapasitas produksi setelah tercapainya BEP. Mengetahui prediksi laba yang akan dicapai

**j) Payback Period (PP).**

Kegiatan usaha sikumis.com perlu dihitung jangka waktu pengembalian investasi dengan perhitungan Payback Period di bawah ini :

$$\begin{aligned} \text{PP} &= \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih}} \times 1 \text{ Tahun} \\ &= \frac{5.000.000.000}{7.677.580.000} \times 1 \text{ Tahun} \\ &= 0.65 \text{ Tahun} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas didapati bahwa jangka waktu pengembalian investasi dari kegiatan usaha sikumis.com adalah kurang dari satu tahun yaitu 6 bulan.

Orang-orang dan perusahaan pada dasarnya menginvestasikan uang mereka untuk mendapatkan pembayaran kembali, itulah sebabnya periode pengembalian modal (payback period) sangat penting. Intinya, semakin pendek pengembalian suatu investasi, semakin menarik investasi tersebut.

## **PEMBAHASAN**

Pengertian bisnis adalah suatu usaha yang dijalankan yang memiliki tujuan utama untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam bisnis adalah keuntungan finansial. Namun pada praktiknya perusahaan non profit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi juga non-finansial. Sedangkan kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam, mendalam artinya meneliti secara sungguh – sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode – metode tertentu untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat luas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengertian studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2017:7).

Menurut Akhmad (2015:1) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain Definisi pemasaran ini berdasarkan konsep inti berikut : kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar serta pemasar dan prospek.

Selain dari pengertian manajemen pemasaran ada pula pengertian dari manajemen pemasaran jasa. Menurut Lovelock dan Lauren dalam Adam (2015:3) pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan pelanggannya., mulai dari periklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2018:36) manajemen pemasaran jasa merupakan semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu

pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.

Menurut Sudaryono (2015:191) mengemukakan bahwa analisis pasar yaitu suatu proses penilaian yang meliputi segmentasi pasar, riset pemasaran, dan peramalan penjualan produk. Dalam strategi pemasaran dapat dipergunakan rumus SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan threat*),

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, menghasilkan beberapa kesimpulan, antara lain sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan aspek pemasaran bisnis sikumis.com layak untuk dijalankan, ditinjau dari aspek [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) merupakan sebuah platform e-commerce, marketplace produk – produk agrobisnis yang prospektif dan memiliki cakupan pasar yang luas karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi, bekerjasama dengan banyak brand – brand mesin agro industri dan mitra – mitra petani sehingga mampu bersaing harga dengan para kompetitor.
- 2) Berdasarkan aspek SDM bisnis sikumis.com layak untuk dijalankan, karena terdapat proses rekrutmen, seleksi, pengembangan, uraian tugas dan tanggung jawab sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) dan kompensasi.
- 3) Berdasarkan aspek operasional/teknologi bisnis sikumis.com layak untuk dijalankan, hal tersebut didukung oleh terdapat banyak fitur pada website [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) untuk memaksimalkan penjualan dari mitra industri dan mitra – mitra petani.
- 4) Berdasarkan aspek hukum bisnis sikumis.com layak untuk dijalankan, karena [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) dibawah naungan PT. Sabas Sinergi Indonesia telah memiliki izin usaha, dalam hal ini telah memiliki keabsahan secara hukum.
- 5) Berdasarkan aspek keuangan bisnis [www.sikumis.com](http://www.sikumis.com) layak untuk dijalankan, hal tersebut didukung oleh penilaian kelayakan usaha yang dapat dilihat dari

**Tabel 5.1. Hasil Analisa Aspek Keuangan**

No.	Analisis	Hasil	Keterangan
1	ROI	123.7%	Layak, karena prosentase lebih dari 100%
2	NPV	Rp. 13.440.011.644	Layak, karena nilai NPV Positif
3	IRR	153.5%	Layak, nilai modal menghasilkan keuntungan 153.5%
4	BEP	Rp. 3.659.081.960	Layak, titik impas 3,6 Milyar
5	PP	0.65	Layak, jangka waktu pengembalian investasi kurang dari 5 tahun

Sumber : Peneliti (2019)

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akhmad, J. (2015). *Aplikasi Pemasaran & Salesmanship*. Edisi Keempat. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Fauzi, A. (2017). *Pemasaran Internasional*. Malang: Penerbit Empatdua.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* Edisi Revisi. Cetakan Kedelapanbelas. Penerbit Bumi Aksara
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Kedelapan. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasmir & Jakfar. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan Keduabelas. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kadarisman. (2014). *Manajemen Kompensasi*. Cetakan Kedua. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & K. L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. (Alih Bahasa Bob, S). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Notoatmodjo, S. (2015). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Priansa, D. J. (2016). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Cetakan Kedua. Bandung: CV. Alfabeta
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiono, S. & Edi. U. (2016). *Analisa Laporan Keuangan* Edisi Revisi. Jakarta Rajagrafindo