

Studi Kelayakan Pendirian Pusat Souvenir dan Jajanan Khas Papua

Donabella Ayatanoi, Benny Lianto dan Amelia Santoso
Jurusan Teknik Industri, Universitas Surabaya
Raya Kalirungkut, Surabaya 60293, Indonesia
E-mail: abell_alexandrite@yahoo.co.id

Abstrak

Kota Sorong, terletak paling barat dari pulau Papua dan menjadi pintu gerbang bagi masuknya informasi dan teknologi ke Papua. Juga sebagai kota transit bagi kota-kota dan kabupaten baru di provinsi Papua Barat. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, juga terungkapnya keindahan pariwisata alam di Papua Barat, membuat kota Sorong semakin ramai dikunjungi, terutama oleh wisatawan dan pebisnis. Meningkatnya jumlah pengunjung Sorong juga meningkatkan permintaan terhadap souvenir khas Papua. Hal ini kemudian menjadi peluang bisnis yang bisa berdampak positif bagi perkembangan sektor industri dan wirausaha di Sorong, juga berdampak bagi perkembangan masyarakat Papua sendiri. Studi kelayakan dimulai dengan pengumpulan dan pengolahan data aspek pasar berupa penentuan pasar potensial dan permintaan efektif. Aspek berikutnya yang dibahas adalah aspek sosial budaya dan sosial ekonomi, yaitu bagaimana pendirian pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini dapat membawa dampak positif bagi masyarakat Papua. Dilanjutkan dengan aspek manajemen dan hukum yang membahas tentang persyaratan hukum pendirian usaha, juga struktur organisasi dan manajemen usaha. Aspek teknis membahas tentang tempat pendirian, jumlah tenaga kerja, dan teknis produksi. Aspek terakhir yang dibahas adalah aspek keuangan, yaitu memproyeksikan keuntungan ekonomis pendirian usaha. Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan seluruh aspek adalah usaha ini layak untuk didirikan.

Kata kunci: Studi kelayakan, Donabella, souvenir dan jajanan khas Papua.

Abstract

Sorong, located westernmost of Papua island, is the entry gateway for information and technology to Papua. Sorong is also the transit city for the other cities and regencies in the province of West Papua. Along with the development of technology and information, as well as the unfolding beauty of nature tourism in West Papua, making the city of Sorong increasingly crowded, mainly by tourists and businesspeople. The increasing number of visitors also increased the demand for souvenirs typically Papua. It then becomes a business opportunity that could positively impact the development of the industrial sector and entrepreneurship in Sorong, also have implications for the development of the Papuan people themselves. Feasibility study started with the data collection and processing for the market aspects, that is determining potential market and effective demand. The next aspect to be discussed is socio-cultural aspects about how the establishment of souvenirs and snacks typically Papua center could positively impact the people of Papua. Management and legal aspects discusses the legal requirements of business establishments, the organizational structure and business management. The technical aspects discusses about the place of establishment, number of employees, and production technique. The last aspect to be discussed is the financial aspect, the economic projected of the benefit of business establishment. The conclusion from all aspects of is this business is worthed to set.

Keywords: Feasibility study, Donabella, souvenirs and snacks typically Papua.

1. Pendahuluan

Di masa perkembangan teknologi dan informasi ini, setiap daerah dan kota mengalami banyak perkembangan yang cukup signifikan. Begitu pula yang terjadi di Papua. Dengan teknologi dan sistem penyebaran informasi yang semakin canggih, Papua kini menjadi salah satu daerah tujuan bisnis dan wisata. Dengan Kekayaan dan panorama alam yang indah, didukung dengan sarana transportasi yang mendukung membuat jumlah pengunjung daerah ini semakin meningkat. Kota Sorong adalah salah satu kota yang menjadi kota transit bagi semua pengunjung Papua, karena letaknya di paling barat pulau Papua. Hal ini menyebabkan jumlah pengunjung di Sorong juga meningkat. Pengunjung yang sebagian besar adalah wisatawan dan pebisnis ini menjadi penyebab meningkatnya permintaan terhadap produk khas Papua.

Peningkatan jumlah permintaan terhadap produk khas Papua ini kemudian menjadi peluang usaha bagi masyarakat Papua untuk membuat dan menjual produk khas Papua. Karena di Sorong sendiri belum terdapat banyak orang yang menjual produk khas Papua sehingga para pengunjung ini cukup kesulitan untuk menemukan produk-produk tersebut. Selain itu, karena kurangnya supply produk disbanding demand yang ada, menyebabkan harga produk-produk khas ini di pasar cukup tinggi.

Pendirian pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang terjadi. Dengan adanya usaha ini, dapat menghadirkan produk-produk khas Papua yang beragam, dan juga diharapkan mampu memberi dampak yang baik bagi masyarakat Papua sendiri. Dalam hal ini pusat souvenir dan jajanan khas Papua akan menyuplai produk khas dari masyarakat Papua sebagai produsen lokal. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian dan juga mengembangkan jiwa wirausaha masyarakat.

Untuk mengetahui apakah pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini layak didirikan atau tidak, maka dilakukan studi kelayakan. Adapun aspek-aspek yang dibahas adalah aspek pasar, aspek sosial budaya, aspek manajemen dan hukum, aspek teknis, serta aspek keuangan.

2. Metode penelitian

Tahap pertama yang dilakukan untuk penelitian ini adalah melakukan pengamatan awal. Pengamatan awal ini dilakukan untuk mengidentifikasi ketersediaan pasar, dengan melihat data jumlah pengunjung Papua. Selain itu, dilakukan penyebaran kuesioner dengan metode *Purposive Sampling*, untuk mengetahui jenis souvenir dan jajanan khas yang disukai oleh para wisatawan, dan tingkat kepuasan mereka terhadap produk yang sudah ada di pasar saat ini. Selain itu, juga dilakukan pengamatan awal untuk melihat ketersediaan *supplier*, yaitu masyarakat Papua sendiri yang membuat kerajinan-kerajinan dan jajanan khas Papua.

Setelah memperoleh gambaran awal, beberapa masalah kemudian mulai terungkap, antara lain adalah masalah sosial dimana masyarakat Papua sendiri belum banyak yang membuka usaha ini karena belum berpikir untuk berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini juga ditujukan untuk mengidentifikasi dan menemukan solusi untuk masalah-masalah sosial budaya yang terjadi. Hal ini dibahas dalam aspek sosial budaya dan sosial ekonomi. Pengumpulan data untuk aspek ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap masyarakat Papua yang membuat produk-produk khas Papua, juga wawancara terhadap tokoh-tokoh masyarakat di Papua. Dengan melakukan wawancara ini, dapat diketahui kendala-kendala apa yang dihadapi para pembuat kerajinan khas Papua ini, juga bagaimana pandangan dan tanggapan dari para tokoh masyarakat.

Langkah berikut yang dilakukan adalah mengumpulkan data aspek pasar. Data-data tersebut antara lain data sekunder berupa jumlah pengunjung di Bandar udara Sorong. Data ini kemudian diolah untuk mendapatkan jumlah pasar potensial, pasar potensial efektif, dan juga permintaan efektif perusahaan. Data sekunder lainnya yaitu jumlah pesaing yang diperoleh dari kantor Dinas Perindustrian dan Pertambangan. Data ini digunakan untuk membuat studi pesaing, dan melihat peluang-peluang perusahaan dalam persaingan pasar. Data primer yang dikumpulkan adalah data mengenai produk-produk khas Papua yang paling diminati konsumen, serta data produk pesaing. Data-data ini diperoleh dengan penyebaran kuesioner dengan metode *Purposive Sampling*. Data-data ini kemudian diolah untuk menentukan produk-produk apa saja yang akan diproduksi dan dijual, serta perencanaan penjualan dan strategi pemasaran.

Setelah aspek pasar, dilakukan pengumpulan data untuk aspek teknis. Adapun data yang dikumpulkan untuk aspek teknis ini antara lain mengenai lokasi pendirian. Hal ini akan berkaitan juga dengan pembuatan *layout* atau desain lantai produksi dan *display*. Selain itu, dikumpulkan juga informasi mengenai ketersediaan supplier dan material yang diperlukan, serta peralatan dan teknologi produksi yang akan digunakan. Data-data ini kemudian digunakan untuk menentukan kapasitas perusahaan, jumlah kebutuhan bahan baku, jumlah peralatan produksi, dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan.

Aspek lain yang juga dibahas dalam penelitian ini adalah aspek hukum dan manajemen. Data yang diperlukan pada aspek ini adalah mengenai persyaratan hukum yang diperlukan untuk pendirian perusahaan, juga data mengenai jumlah tenaga yang diperlukan dan ketentuan Upah Minimum Regional (UMR). Dari data tersebut kemudian ditentukan bentuk badan usaha dan susunan organisasi perusahaan.

Aspek terakhir yang dibahas adalah aspek keuangan. Aspek pembahasan aspek ini tidak terlepas dari pembahasan aspek-aspek sebelumnya. Pada aspek ini dilakukan perhitungan total biaya usaha yang meliputi biaya sewa bangunan, peralatan produksi, bahan baku, tenaga kerja, dan biaya lainnya yang timbul selama masa horizon perencanaan pendirian usaha ini. Selain itu, juga dikumpulkan informasi mengenai tingkat suku bunga dan inflasi untuk menghitung harga jual produk dan membuat proyeksi laporan keuangan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari setiap aspek yang telah dibahas tersebut, barulah dapat disimpulkan apakah pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini layak untuk didirikan atau tidak.

3. Hasil dan pembahasan

Setelah pengamatan awal, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel yang sesuai dengan jumlah populasi, yaitu jumlah pengunjung yang berangkat dari Bandar udara Sorong. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebanyak 278, maka disebarakan kuesioner kepada 300 responden. Kuesioner ini disebarakan kepada responden yang adalah potensial konsumen, yaitu mereka yang melakukan perjalanan keluar-masuk Sorong. Jadi kuesioner ini disebarakan di Bandar udara Sorong, juga di hotel-hotel tempat banyak para wisatawan dan pebisnis menginap. Isi kuesioner ini adalah pertanyaan yang menggambarkan profil konsumen, intensitas mereka berkunjung ke Papua dan tujuan kunjungan, ketertarikan mereka terhadap produk khas Papua, kepuasan mereka terhadap produk-produk pesaing yang telah ada, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mereka dalam membeli produk khas Papua. Hasil kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Kuesioner bagian I

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Presentase
1	Usia	< 25 tahun	121	40,33
		25 – 40 tahun	137	45,67
		> 40 tahun	42	14
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	141	47
		Perempuan	159	53
3	Alamat tetap	Daerah Sorong Raya dan Kepulauan Raja Ampat	116	38,67
		Daerah Papua di luar Sorong Raya dan Kepulauan Raja Ampat	53	17,67
		Daerah Indonesia di luar Papua	76	25,33
		Luar Indonesia	55	18,33
4	Pekerjaan	Pelajar / mahasiswa	107	35,67
		Karyawan swasta	71	24,33
		PNS	41	13,67
		Wirausaha	57	19
		Lain-lain	24	7,33
5	Seberapa sering anda melakukan perjalanan keluar/masuk Papua?	a. Sangat Sering (kurang dari 1 tahun sekali)	44	14,67
		b. Sering (antara 1 – 2 tahun sekali)	94	31,33
		c. Jarang (antara 3 - 5 tahun sekali)	67	22,33
		d. Sangat Jarang (lebih dari 5 tahun sekali)	95	31,67
6	Untuk keperluan apakah anda melakukan perjalanan tersebut?	a. Urusan dinas / bisnis	101	33,67
		b. Wisata	103	34,33
		c. Studi / kegiatan akademik	65	21,67
		d. Lain-lain	31	10,33
7	Kapan saja anda melakukan perjalanan keluar-masuk Papua?	a. Pada masa liburan hari raya / liburan sekolah	145	48,33
		b. Mengambil cuti dari pekerjaan pada waktu yang tidak tentu	23	7,67
		c. Tidak pernah direncanakan / insidental	132	44
8	Apakah anda membeli souvenir / jajanan khas Papua untuk dibawa ke luar daerah Papua?	a. Ya	264	88
		b. Tidak	36	12

Tabel 1. Hasil Kuesioner bagian I (Lanjutan)

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Presentase
9	Produk souvenir dan jajanan khas apa yang paling sering anda bawa sebagai oleh-oleh?	a. Baju Papua	86	18,22
		b. Batik Papua	80	16,95
		c. Aksesoris (Gelang, cincin, kalung, anting-anting, dll)	85	18,01
		d. Tas Papua (Tas batik, tas noken)	43	9,11
		e. Souvenir (gantungan kunci, frame, hiasan, dll)	107	22,67
		f. Jajanan khas	61	12,92
		g. Produk kesehatan	10	2,12
10	Berapakah jumlah uang yang anda keluarkan untuk membeli oleh-oleh tersebut?	a. Di bawah Rp.50.000	11	4,14
		b. Rp.50.000-Rp.99.000	40	15,04
		c. Rp.100.000-Rp.299.000	123	46,24
		d. Rp.300.000-Rp.500.000	72	27,07
		e. Di atas Rp.500.000	20	7,52

Adapun kuesioner bagian II menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap beberapa produk pesaing yang ada di pasaran saat ini. Hasil kuesioner tersebut ditampilkan dalam bentuk nilai *mean* (setelah diolah dengan *software* Minitab *ver.* 14):

Tabel 2. Mean Variabel Kepuasan

Variabel	Mean
Souvenir khas Papua	
Variasi Produk	3,2841
Harga	3,2424
Kualitas	3,8750
Lokasi / Letak tempat pembelian	2,9394
Ukuran Kemasan Produk	3,2803
Ciri Khas Papua	4,1439
Jajanan khas Papua	
Variasi Produk	2,7774
Harga	3,0377
Kualitas	3,6717
Lokasi / Letak tempat pembelian	3,1283
Ukuran kemasan produk	3,2868
Daya tahan produk	3,7283

Kuesioner bagian III mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi seorang pembeli dalam membeli produk-produk khas Papua. Hasilnya adalah urutan faktor dari yang paling mempengaruhi sampai yang paling tidak mempengaruhi responden dalam membeli produk khas Papua adalah: Kualitas produk, keaslian/ciri khas Papua, harga, variasi produk, daya tahan produk, kemasan/ukuran produk, dan lokasi/tempat pembelian produk.

Selanjutnya dilakukan studi pesaing, untuk melihat kendala-kendala apa saja yang dialami pesaing, serta peluang-peluang yang bisa dilakukan perusahaan untuk merebut pasar. Studi ini diawali dengan melakukan observasi ke setiap toko pesaing yang ada di Sorong, untuk mengetahui produk yang dijual dan rentang harganya. Kemudian dilakukan wawancara singkat untuk mengetahui asal supplier dari setiap produk yang dijual, strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi pesaing. Untuk produk souvenir khas Papua, dijual dalam

kisaran harga antara Rp 100.000 sampai dengan Rp 299.000. Hal yang sangat berpengaruh terhadap harga produk adalah kesulitan memperoleh material dari *supplier* dan produk dari produsen, serta besarnya biaya transportasi karena produk disuplai dari *supplier* dari kota lain. Disinilah terdapat peluang bagi pusat souvenir dan jajanan khas Papua untuk dapat memberdayakan produsen-produsen lokal di sorong, dan menjual produk dengan harga yang lebih rendah dari pesaing.

Tujuan penelitian ini, salah satunya adalah untuk mengidentifikasi dan menemukan solusi masalah-masalah sosial budaya dan sosial ekonomi yang berpengaruh pada pusat souvenir dan jajanan khas Papua. Oleh karena itu, untuk pembahasan aspek ini, penulis melakukan wawancara kepada tokoh-tokoh masyarakat dan juga masyarakat Papua yang menjadi produsen produk-produk khas ini sendiri. Berikut adalah tabel ringkasan hasil wawancara dengan para narasumber:

Tabel 3. Ringkasan jawaban wawancara aspek sosial budaya dan sosial ekonomi

No.	Nama dan Profesi	Ringkasan Jawaban
1	Mama Watem, 73 tahun. Pengrajin anyaman, kulit kerang dan kulit kayu.	<ul style="list-style-type: none"> - Mulai membuat kerajinan khas Papua sejak tahun 1961, sebagai alternatif untuk mendukung penghasilan suami. - Produk yang dibuat hanya dijual di rumah sendiri, dipamerkan ketika ada pameran. Tidak menarget konsumen, promosi dari mulut ke mulut. - Produk dijual dalam bentang harga Rp. 50.000 – Rp. 500.000 - Pekerjaan ini dirasa cukup membantu perekonomian keluarga, walaupun pemasukan sering tidak menentu. Kendala yang dialami adalah tidak tersedianya tempat untuk memasarkan hasil, serta keterbatasan modal.
2.	Mama Yantori, 55 tahun. Pengrajin kulit kerang dan souvenir bambu.	<ul style="list-style-type: none"> - Menekuni usaha ini bersama suami sebagai mata pencaharian utama sejak tahun 1981. - Produk yang dibuat dijual di pasar tradisional, serta di pelabuhan saat ada jadwal kedatangan atau keberangkatan kapal. - Produk dijual dalam bentangan harga 10.000-100.000 - Dapat membiayai kehidupan keluarga. Kendala yang sering dialami adalah tempat penjualan yang berpindah-pindah, serta ketidakpastian konsumen yang datang di pelabuhan yang mengakibatkan pengeluaran biaya tanpa pemasukan kembali.
3.	Rose Ang, 44 tahun. Pengusaha keripik keladi	<ul style="list-style-type: none"> - Menekuni usaha sejak tahun 2002. - Pada awalnya hanya sebagai sampingan, namun seiring meningkatnya permintaan, maka dijadikan profesi utama. - Produk dijual dalam bentang harga Rp. 16.000 – Rp. 27.000 - Sangat membantu perekonomian keluarga. Kendala yang dialami adalah kekosongan bahan baku
4.	Yohanis Goram G, 57 tahun. Sekretaris Dewan Adat Suku Maya, Raja Ampat	Pariwisata Papua mencerminkan nilai filosofi Papua, membuka peluang yang sangat besar bagi usaha produk khas Papua. Masyarakat masih membuat kerajinan sebagai kebiasaan, belum mengarah ke arah wirausaha. Butuh inisiator untuk mengubah cara berpikir, motivator, dan jaminan hukum bagi masyarakat Papua.

Tabel 3. Ringkasan jawaban wawancara aspek sosial budaya dan siosial ekonomi (Lanjutan)

No.	Nama dan Profesi	Ringkasan Jawaban
5.	Fredrik S. Sawaki, S.Th, 75 tahun. Ketua Ikatan Keluarga besar Yapen- Waropen se-Sorong Raya.	Ada prospek yang harus ditangkap oleh masyarakat. Prospek usaha yang juga mencerminkan budaya Papua. Perlu pembinaan dan bantuan modal. Perlu adanya sistem pembinaan dan usaha yang mandiri.
6.	Nancy Usyor, 68 tahun. Guru, pemerhati masyarakat Papua	Pariwisata dan alam Papua sangat kaya. Tidak akan kekurangan bahan-bahan dari alam, namun perlu membimbing masyarakat Papua untuk mendayagunakan sumber daya tersebut untuk kesejahteraannya. Pembinaan yang berkelanjutan sangat diperlukan, untuk memastikan masyarakat telah mampu menjalankan usahanya sendiri.
7.	Joshua Runabari, 24 tahun. Ketua persekutuan pemuda Kristen Papua.	Kurangnya rasa kepercayaan diri dari masyarakat Papua sendiri untuk maju. Masih perlu distimulasi untuk mengembangkan bakat dan talenta. Dengan adanya usaha-usaha kerajinan khas Papua dapat mengurangi tingkat pengangguran dan para generasi muda bisa lebih terarah ke kegiatan yang positif.

Yang menjadi kendala adalah sebagian besar masyarakat Papua mengerjakan pembuatan produk-produk khas hanya sebatas kebiasaan yang telah dilakukan turun-temurun, atau hobi. Kegiatan ini belum mengarah ke kegiatan wirausaha, karena masyarakat ini belum mengerti bahwa terdapat peluang yang besar dari usaha kerajinan khas Papua, dan mampu mencukupi kehidupan mereka, serta membuka lapangan pekerjaan. Kendala yang cukup banyak dialami adalah modal, sehingga mereka hanya sekedar membuat beberapa produk sesuai dengan sumberdaya yang ada. Kendala berikutnya adalah kurangnya pembinaan terhadap masyarakat untuk melakukan usaha ini secara profesional. Berdasarkan wawancara dengan tokoh-tokoh masyarakat, penulis memperoleh beberapa solusi terhadap permasalahan sosial budaya dan sosial ekonomi yang terjadi. Solusi tersebut antara lain dengan proteksi atau perlindungan hukum, advokasi atau pembimbingan, dan pengembangan.

Langkah berikut yang dilakukan adalah melakukan peramalan jumlah keberangkatan penumpang dari bandara Sorong. Ramalan keberangkatan ini diperoleh dari data jumlah keberangkatan penumpang yang diperoleh dari kantor bandara Sorong. Berikut adalah hasil proyeksi jumlah pengunjung kota Sorong dari tahun 2011-2017:

Tabel 4. Proyeksi jumlah pengunjung kota Sorong

Tahun	Jumlah Keberangkatan penumpang (Orang)
2011	204.817
2012	252.627
2013	308.335
2014	371.940
2015	443.443
2016	522.842
2017	610.139

Berdasarkan data ramalan jumlah keberangkatan penumpang ini, kemudian dihitung jumlah pasar potensial, pasar potensial efektif, dan permintaan efektif dari pusat souvenir dan jajanan khas Papua. Adapun perhitungan dan tabelnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Pasar potensial} = \text{Jumlah pengunjung Sorong} \quad (1)$$

Tabel 5. Pasar Potensial

Tahun	Pasar Potensial (Orang)
2013	308.335
2014	371.940
2015	443.443
2016	522.842
2017	610.139

Pasar potensial efektif = 12% x Pasar Potensial

(2)

Tabel 6. Pasar Potensial Efektif

Tahun	Pasar Potensial Efektif (orang)
2013	37.000
2014	44.632
2015	53.213
2016	62.741
2017	73.216

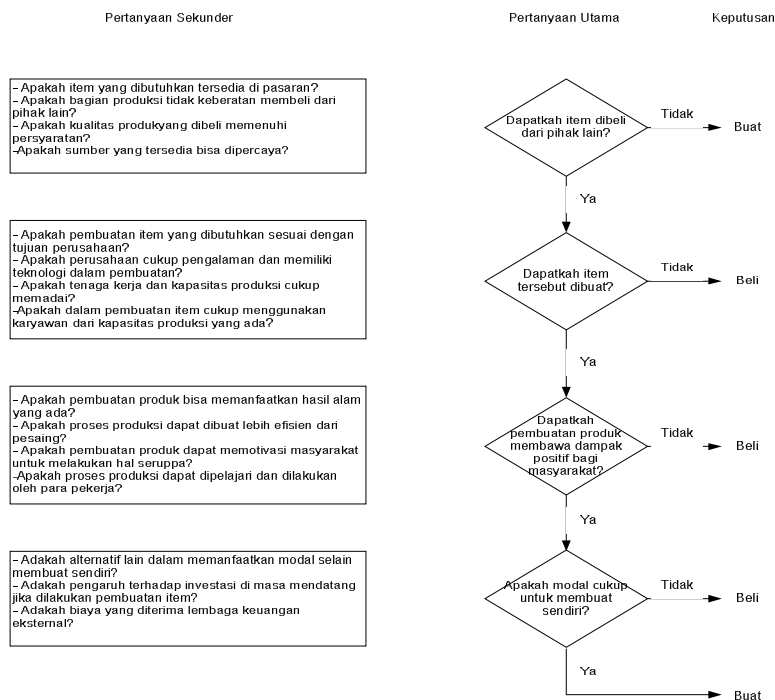
Permintaan efektif = 20,49% x Pasar potensial Efektif

(3)

Tabel 7. Permintaan Efektif

Tahun	Permintaan Efektif (orang)
2013	7.581
2014	9.145
2015	10.903
2016	12.855
2017	15.001

Setelah perhitungan di atas, kemudian berdasarkan hasil kuesioner tentang jenis-jenis produk yang diinginkan konsumen, maka kemudian ditentukan produk-produk yang akan dibuat dan dijual. Adapun sebelum itu, dilakukan analisis membuat atau membeli, sebagai berikut:



Gambar 1. Keputusan Membuat atau Membeli

Hasil keputusan membuat atau membeli beserta harga produk dan rencana penjualan, tertera dalam tabel-tabel berikut:

Tabel 8. Produk yang dijual dan keterangan produksi

No.	Produk Khas Papua	Jenis Produk	Produksi sendiri / Menyuplai dari produsen
1	Produk Sablon	Baju, Mug, Pin	Produksi sendiri
2	Produk anyaman rumput	Topi, Tas, Rok rumbai	Menyuplai dari produsen
3	Produk kulit kerang dan biji rumput	Gelang, Kalung, Tusuk konde, Bros, Gantungan kunci, Vas bunga	Menyuplai dari produsen
4	Produk kayu	Tas kulit kayu, Lukisan, Bunga, Patung ukiran, Koteka	Menyuplai dari produsen
5	Jajanan khas	Keripik pisang (100g), Keripik keladi (200g), Abon ikan (100g), Kerupuk ikan (200g)	Produksi sendiri

Tabel 9. Rencana Penjualan Setelah ditambahkan Stok Cadangan

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Permintaan Efektif	7.581	9.145	10.903	12.855	15.001
Baju Sablon (35,92%)	2.996	3.614	4.309	5.081	5.929
Mug (2,81%)	235	283	337	398	464
Pin (1,51%)	126	152	182	214	250
Keripik Pisang (3,25%)	271	327	389	459	536
Keipik Keladi (3,46%)	289	348	415	490	571
Kerupuk Ikan (3,25%)	271	327	389	459	536
Abon Ikan (3,25%)	271	327	389	459	536
Topi Anyaman (1,3%)	108	131	156	184	214
Tas Anyaman (3,9%)	325	392	467	551	643
Rok Rumbai (1,95%)	162	196	234	275	321
Gelang (3,25%)	271	327	389	459	536
kalung (4,76%)	397	479	571	673	786
Tususk Konde (3,68%)	307	370	441	520	607
Bros (3,9%)	325	392	467	551	643
Gantungan Kunci (1,95%)	162	196	234	275	321
Vas Bunga (3,25%)	271	327	389	459	536
Tas Kulit Kayu (5,41%)	451	544	649	765	893
Lukisan (2,81%)	235	283	337	398	464
Bunga (2,6%)	217	261	312	367	429
patung Ukiran (4,76%)	397	479	571	673	786
Koteka (3,03%)	253	305	363	429	500
Total	8.339	10.060	11.993	14.141	16.501

Setelah memperoleh rencana penjualan, kemudian dilakukan perhitungan kapasitas perusahaan. Kapasitas perusahaan ini terdiri dari kapasitas perusahaan untuk memproduksi produk yang dibuat sendirim juga kapasitas supplier untuk menyuplai produk-produk khas Papua yang akan dijual di pusat souvenir dan jajanan khas Papua. Kapasitas perusahaan dapat memenuhi semua rencana penjualan. Oleh karena itu kemudian ditentukan jumlah pekerja yang dibutuhkan, jumlah peralatan produksi dan bahan baku, serta jumlah kebutuhan

peralatan kantor. Data-data ini dihitung agar dapat menghitung biaya bahan baku, biaya pembelian produk, biaya peralatan dan biaya tenaga kerja yang nantinya akan diperlukan dalam menghitung total biaya proyek.

Pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini memiliki beberapa strategi pemasaran yang dikembangkan untuk dapat menarik minat pasar, dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran ini dibahas ke dalam STPD (*Segmentation, Targetting, Positioning, Differentiation*) dan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Segmentasi untuk pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini adalah segmentasi berdasarkan produk yang diinginkan, usia, pekerjaan, tujuan kunjungan, dan waktu kunjungan konsumen. Untuk pasar pesaing, ditargetkan konsumen usia 25 – 40 tahun, yang adalah mahasiswa dan pegawai yang melakukan perjalanan untuk wisata pada masa liburan. Sementara untuk pasar potensial, lebih ditargetkan kepada para pekerja dan wirausahawan yang melakukan perjalanan bisnis pada waktu-waktu yang tidak menentu. Dengan target seperti itu, maka perusahaan kemudian menyusun strategi promosi sebagai berikut:

Promosi secara umum yang dilakukan kepada konsumen domestik antara lain:

- Untuk tahun pertama, perusahaan akan memasang baliho selamat datang di bandara Sorong, untuk memperkenalkan pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini kepada masyarakat.
- Membagikan brosur pusat souvenir dan jajanan khas Papua di Bandar udara dan hotel-hotel yang sering dikunjungi pengunjung kota Sorong.
- Setiap konsumen yang melakukan pembelian produk di pusat souvenir dan jajanan khas Papua akan juga diberikan brosur agar juga terjadi penyebaran brosur melalui konsumen
- Untuk promosi awal, disediakan layanan *delivery* produk dengan jumlah pembelian tertentu. Sistem ini dilakukan dengan menyebarkan *list* produk dan harga serta nomor telepon yang dapat dihubungi.
- Bekerjasama dengan perusahaan atau organisasi yang melakukan kegiatan-kegiatan yang pesertanya adalah orang-orang dari luar Sorong raya.
- Melakukan penjualan produk dalam bentuk paket yang berisi beberapa jenis souvenir dan jajanan khas, dengan harga yang lebih murah.
- Melakukan promosi dan penjualan secara online, akan dapat menjangkau konsumen yang tidak berada di Papua, namun mungkin tertarik dengan produk-produk khas Papua.

Promosi yang dilakukan secara khusus kepada wisatawan asing antara lain:

- Melakukan kerja sama bersama perusahaan penyedia jasa wisata, yaitu perusahaan yang mengurus semua keberangkatan dan perjalanan wisata para turis. Kerja sama dilakukan dalam bentuk memberikan brosur dan *list* produk yang dapat ditawarkan kepada para turis, pemesanan dapat dilakukan dan produk akan diantarkan ke tempat konsumen.
- Bekerja sama dengan memberikan brosur perusahaan kepada para supir/pengemudi *travel/rental car*

Hal berikut yang dilakukan adalah membuat struktur organisasi perusahaan, serta menetapkan *job description* dan gaji para pekerja yang disesuaikan dengan nilai UMR (Upah Minimum Regional). Secara hukum, bentuk badan usaha untuk pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini adalah perusahaan perseorangan. Berikut adalah tabel gaji tenaga kerja.

Tabel 10. Gaji Tenaga Kerja

No.	Posisi	Jumlah	Gaji/bulan/orang (Rp)	Total Biaya Gaji / bulan(Rp)	Total biaya Gaji / tahun
1	Pemilik	1	-	-	-
2	Pekerja sablon	1	2.000.000	2.000.000	24.000.000

Tabel 10. Gaji Tenaga Kerja (Lanjutan)

No.	Posisi	Jumlah	Gaji/bulan/orang (Rp)	Total Biaya Gaji / bulan(Rp)	Total biaya Gaji / tahun
3	Pekerja jajanan khas	1	1.700.000	1.700.000	20.400.000
4	Kasir	2	1.700.000	3.400.000	40.800.000
TOTAL				7.100.000	85.200.000

Aspek terakhir yang dibahas dalam studi kelayakan ini adalah aspek keuangan. Pada aspek ini akan dilihat kelayakan pendirian pusat souvenir dan jajanan khas Papua, ditinjau dari nilai keuntungan ekonomis yang diperoleh selama masa horizon perencanaan. Untuk perhitungan estimasi biaya pendirian, data yang dikumpulkan antara lain: biaya mesin dan peralatan produksi, biaya perlengkapan perusahaan, biaya tenaga kerja, biaya utilitas, dan biaya tahunan lainnya. Terlebih dahulu dilakukan perhitungan depresiasi peralatan produksi dan perlengkapan kantor, serta perhitungan nilai sisa di akhir masa horizon perencanaan. Nilai total depresiasi peralatan produksi dan perlengkapan kantor adalah sebesar Rp. 8.562.600. Nilai sisa pada akhir tahun ke lima adalah sebesar Rp. 4.958.000. Biaya amortisasi juga dihitung, yaitu biaya sewa gedung dan biaya perijinan. Total biaya perijinan adalah Rp. 12.600.000 / tahun. Setelah biaya-biaya tersebut dihitung, kemudian dilakukan perhitungan total biaya proyek dengan perhitungan sebagai berikut:

A. *Fixed Investment Cost*

Biaya prasarana produksi	Rp. 9.595.000
Biaya perlengkapan perusahaan	Rp. 47.970.000
Biaya penyambungan utilitas	<u>Rp. 500.000</u> +
Total <i>Fixed Investment Cost</i>	Rp. 58.065.000

B. *Working Capital*

Biaya bahan baku	Rp. 103.732.793
Biaya pembelian produk	Rp. 128.980.000
Biaya utilitas total	Rp. 31.969.536
Biaya perawatan	Rp. 6.000.000
Biaya tenaga kerja	Rp. 85.200.000
Biaya promosi	<u>Rp. 7.000.000</u> +
Total <i>Working Capital</i>	Rp. 362.882.329
Total <i>Working Capital</i> (2 bulan)	Rp. 60.480.389

C. *Venture Initiation Cost*

Biaya sewa dan renovasi gedung	Rp. 70.000.000
Biaya administrasi perijinan	<u>Rp. 3.000.000</u> +
Total <i>Venture Initiation Cost</i>	Rp. 73.000.000

Total Project Cost pendirian pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini adalah sebagai berikut:

<i>Fixed Investment</i>	: Rp. 58.065.000
<i>Working Capital</i>	: Rp. 60.480.389
<i>Venture Initiation</i>	: <u>Rp. 73.000.000</u> +
Total <i>Project Cost</i>	: Rp. 191.545.389

Perhitungan selanjutnya adalah menentukan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual produk. Perhitungan HPP ini didasarkan pada beban biaya yang digunakan selama masa

kegiatan produksi. Untuk perhitungan harga jual produk, akan dihitung berdasarkan HPP ditambahkan dengan presentase keuntungan yang diinginkan. Presentase keuntungan akan ditentukan dengan melihat kisaran harga produk pesaing di pasar. Setelah diperoleh harga jual untuk setiap jenis produk, maka dapat dihitung proyeksi keuangan selama masa horizon perencanaan. Berikut adalah proyeksi laba rugi perusahaan:

Tabel 11. Proyeksi Laba Rugi

	2013	2014	2015	2016	2017
Pendapatan	511.609.200	537.649.792	564.489.845	590.274.054	620.469.933
Harga Pokok Produksi	334.838.829	351.170.596	368.381.009	386.517.346	405.629.417
Laba Kotor	176.770.371	186.479.196	196.108.836	203.756.707	214.840.516
Biaya Operasi	7.000.000	6.300.000	5.670.000	5.103.000	4.592.000
Laba sebelum pajak	169.770.371	180.179.196	190.438.836	198.653.707	210.248.516
Pajak Penghasilan (25%)	42.442.593	45.044.799	47.609.709	49.663.427	52.562.129
Laba Bersih	127.327.778	135.134.397	142.829.127	148.990.280	157.686.387
Akumulasi Laba Ditahan	127.327.778	262.462.175	405.291.301	554.281.582	711.967.969

Tabel 12. Perhitungan *Net Present Value*

Tahun	Cash Flow (Rp)	(P/F, 15,1%, n)	Nilai NPV (Rp)
2012 (Nilai TPC pada awal tahun)	(191.545.389)	1	(191.545.389)
2013	150.084.278	0,868809731	130.394.681
2014	157.890.897	0,754830348	119.180.840
2015	165.585.627	0,655803951	108.591.708
2016	171.746.780	0,569768854	97.855.966
2017	180.442.887	0,495020725	89.322.969
2017 (nilai sisa)	4.958.000	0,495020725	2.454.313
Total			356.255.089

Dari hasil perhitungan, diperoleh bahwa hasil NPV pada akhir tahun horizon perencanaan adalah Rp. 356.255.089 ($NPV > 0$), maka pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini layak untuk didirikan. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai *Discounted Payback Period* sebesar 3,25 tahun. Artinya pusat souvenir dan jajanan khas ini layak didirikan karena seluruh modal yang dikeluarkan yaitu total biaya produksi dapat dikembalikan dalam waktu 3,25 tahun, yaitu masih dalam masa horizon perencanaan. Kelayakan segi ekonomi ini juga dilihat dari

nilai IRR (*Interest Rate of Return*) yang lebih besar dari nilai MARR (*Minimum Attractive Rate of Return*) ($81,28\% > 15,1\%$).

4. Kesimpulan

Pada aspek pasar, ditetapkan bahwa perusahaan menarget konsumen usia 25-40 tahun, dengan tujuan kunjungan wisata dan bisnis. Terdapat pangsa pasar di Sorong, dibuktikan dengan adanya pasar potensial, dan permintaan efektif yang semakin meningkat setiap tahunnya. Pasar potensial selama lima tahun perencanaan berturut-turut adalah 308.355 orang, 371.940 orang, 443.443 orang, 522.842 orang, dan 610.139 orang. Dari data permintaan efektif, kemudian ditentukan rencana jumlah penjualan untuk setiap jenis produk. Hasil pengolahan dari aspek pasar menunjukkan bahwa pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini layak untuk didirikan karena terdapat pasar dan masih terdapat peluang dari pesaing-pesaing yang ada untuk membuka usaha ini.

Dari hasil pengolahan data, pendirian pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini dapat memberi dampak positif bagi masyarakat sekitar, terutama dalam pembinaan masyarakat untuk mengembangkan budaya Papua, dan membuka usaha sendiri. Tidak ada kendala dari masyarakat terhadap pendirian usaha ini, sehingga usaha ini juga layak untuk didirikan bila ditinjau dari aspek sosial budaya dan sosial masyarakat.

Aspek teknis mempertimbangkan semua hal teknis yang terkait pendirian perusahaan dan proses produksi. Lokasi pendirian perusahaan adalah di daerah Sorong Timur. Tersedia cukup supplier, tenaga kerja dan sarana produksi untuk operasional perusahaan. Adapun kapasitas produksi perusahaan adalah 10.275 kaos sablon, 11.209 mug dan 11.209 pin, 1.408 bungkus keripik pisang, 1.482 bungkus keripik keladi, 1.408 bungkus kerupuk ikan, dan 1.470 bungkus abon ikan. Untuk jumlah tenaga kerja, perusahaan memerlukan 5 orang tenaga kerja, yaitu 1 orang pemilik, 1 orang tenaga kerja produk sablon, 1 orang tenaga kerja produk jajanan khas, dan 2 orang kasir. Karena secara teknis dapat menunjang produksi untuk memenuhi semua permintaan efektif, maka secara teknis usaha ini layak untuk didirikan.

Untuk aspek manajemen, tidak terdapat kesulitan untuk mencari pekerja dan memberikan gaji sesuai aturan hukum yang berlaku. Gaji pekerja di pusat souvenir dan jajanan khas Papua ini adalah sebagai berikut: pekerja produk sablon Rp. 2.000.000/bulan, pekerja jajanan khas Rp. 1.700.000/bulan, dan kasir sebesar Rp. 1.700.000/bulan. Juga tidak terdapat kesulitan dalam mengurus perijinan. Total biaya pengurusan perijinan adalah Rp. 3.000.000. Dapat disimpulkan bahwa pusat souvenir dan jajanan khas ini layak untuk didirikan.

Aspek keuangan adalah aspek terakhir yang dibahas yang mencakup perhitungan ekonomis dari semua aspek yang telah dibahas sebelumnya. Dari hasil perhitungan diperoleh biaya depresiasi peralatan produksi dan peralatan kantor sebesar Rp. 8.562.600, nilai sisa pada akhir horizon perencanaan sebesar Rp. 4.958.000, dan biaya amortisasi per tahun sebesar Rp. 12.600.000. *Total Project Cost* adalah sebesar Rp. 191.545.389. Berdasarkan perhitungan, diperoleh hasil bahwa secara ekonomis, usaha ini layak untuk didirikan. Namun, bila diteliti terdapat beberapa hal yang tidak efektif secara ekonomis dari pendirian usaha ini. Bisa dilihat bahwa harga produk yang dijual masih cukup tinggi dibanding harga produk pesaing di pasaran. Hal yang menjadi kendala dan menyebabkan tingginya harga pokok produksi dan harga jual produk adalah karena pasar yang masih cukup kecil, sehingga perusahaan tidak dapat memproduksi sesuai dengan kapasitas. Untuk analisis keuangan, diperoleh nilai *Net Present Value* sebesar Rp. 356.255.089. *Discounted Payback Period* atau waktu yang

diperlukan untuk pengembalian modal pendirian awal adalah 3,25 tahun. Nilai *Interest Rate of Return* yaitu tingkat suku bunga pengembalian bernilai 81,28% yang lebih besar dari nilai MARR. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keuangan perusahaan adalah pendapatan, yaitu pendapatan perusahaan tidak boleh turun melebihi 65%. Data-data kuantitatif ini menunjukkan bahwa perusahaan layak didirikan berdasarkan aspek keuangan.

5. Daftar rujukan

- [1] Husnan, S dan Suwarsono., (2000), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi ketiga, Unit Penerbit dan Percetakan AMP, YKPN, Yogyakarta.
- [2] Husnan, S dan Suwarsono., (2005). *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi keempat, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- [3] Nitisemito, A.S dan Buran, M.U., (2004), *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek*, M.S. Bumi Aksara, Jakarta.
- [4] Porter M.E., (1980), *Competitive Strategy: Thecniques For Analyzing Industries and Competitors*.
- [5] Sutojo S., (2006), *Studi Kelayakan Proyek:Teknik dan Kasus*, Damar Mulia Pustaka, Jakarta.