

Analisis Studi Kelayakan Pendirian Usaha Kersik Mart Melalui BUM Desa Pelangi Kersik Kecamatan Marang Kayu

Juwita Z, Muhammad Fikry Aransyah

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Correspondence: witaa201@gmail.com, fikryaransyah@fisip.unmul.ac.id

ABSTRAK

Salah satu yang mendukung pemerintah desa mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya adalah melalui lembaga ekonomi yang berada di desa yaitu Badan Usaha Milik Desa. Kersik Mart merupakan salah satu rencana unit usaha yang dimiliki oleh BUM Desa Pelangi Kersik. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kelayakan pendirian usaha Kersik Mart ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen organisasi, dan aspek ekonomi sosial. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik analisis data analisis data interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Akan tetapi, pada dua aspek yaitu aspek pasar pemasaran dan aspek keuangan ditambahkan metode analisis data diantaranya, aspek pasar pemasaran menggunakan analisis targeting, segmenting, positioning dan bauran pemasaran. Pada aspek keuangan menggunakan metode penilaian kelayakan investasi yaitu *payback period*, *net present value*, dan *profitability index*. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa lima aspek yang diteliti bernilai positif, artinya usaha Kersik Mart layak untuk didirikan. Legalitas sudah direncanakan dan pasar cukup besar, selanjutnya perlu strategi pemasaran yang lebih efektif. Kemudian terkait hasil perhitungan keuangan semua bernilai positif, tapi yang perlu diperhatikan adalah pemberi modal. Rencana manajemen organisasi sudah cukup jelas, dan masih membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten. Terkait aspek ekonomi dan sosial dapat memberikan dampak atau manfaat yang positif bagi BUM Desa Pelangi maupun masyarakat sekitar usaha.

Kata kunci : BUM Desa; Investasi; Kelayakan Bisnis; *Net Present Value*.

ABSTRACT

One of the ways that supports the village government in realizing the welfare of its people is through economic institutions located in the village, namely the Village-Owned Enterprises (Badan Usaha Milik Desa or BUM Desa). Kersik Mart is one of the planned business units owned by BUM Desa Pelangi Kersik. The purpose of this study is to determine the feasibility of establishing Kersik Mart from the aspects of legal, market, financial, organizational management, and social economic aspects. This research is a qualitative descriptive study using interactive data analysis techniques consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. However, in two aspects, namely market and financial aspects, data analysis methods were added, such as market analysis using targeting, segmenting, positioning, and marketing mix analysis. In the financial aspect, the investment feasibility assessment methods used were payback period, net present value, and profitability index. Based on the data analysis, it can be concluded that all five aspects examined are positive, indicating that the establishment of Kersik Mart is feasible. Legal aspects have been planned and the market potential is significant, but more effective marketing strategies are needed. Furthermore, the financial evaluation using PP, NPV, and PI methods resulted in positive values, but attention should be given to investors. The organizational management plan is clear, but competent human resources are still needed. In terms of socio-economic aspects, Kersik Mart can provide positive impacts or benefits for BUM Desa Pelangi and the surrounding community.

Keywords : BUM Desa; Investment; Business Feasibility; *Net Present Value*.

PENDAHULUAN

Penilaian pada suatu negara salah satunya adalah pada sektor ekonomi. Perekonomian suatu negara diharapkan selalu mengalami pertumbuhan agar terjadinya peningkatan kelayakan hidup masyarakat. Pertumbuhan ekonomi negara dapat dimulai dengan melakukan pembangunan ekonomi pada setiap daerah salah satunya di daerah pedesaan yang merupakan titik sentral pembangunan. Pembangunan desa merupakan gerakan masyarakat yang mengedepankan pembangunan berdasarkan

pada kesadaran untuk meningkatkan kehidupan yang lebih baik dan layak (Rimawan & Aryani, 2019).

Dampak pertumbuhan ekonomi di pedesaan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat desa tersebut. Pembangunan ekonomi desa didasarkan pada partisipasi pemerataan pemerintah desa dalam bentuk pembiayaan dan aset desa yang ditujukan untuk meningkatkan kebutuhan, potensi, kapasitas desa dan taraf ekonomi masyarakat desa (Caya & Rahayu, 2019). Untuk mempertajam penetapan status perkembangan desa dan juga sebagai acuan intervensi kebijakan, maka Indeks Desa Membangun membagi klasifikasi desa menjadi lima, yaitu desa sangat tertinggal, tertinggal, berkembang, maju, dan mandiri (Muhtarom et al., 2018). Menurut Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia, pada pertengahan tahun 2022 terjadi kenaikan yang signifikan terkait jumlah desa yang berstatus mandiri, maju dan berkembang di Indonesia. Jumlah desa mandiri saat ini sebanyak 6.238 desa, desa maju mencapai 20.249 desa, dan 33.902 desa berkembang.

Salah satu yang mendukung pemerintah desa mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya adalah melalui lembaga ekonomi yang berada di desa yaitu Badan Usaha Milik Desa. Kehadiran BUM Desa memiliki peran yang strategis dalam menggerakkan perekonomian desa. BUM Desa diharapkan mampu mengatasi permasalahan ekonomi desa dengan mengembangkan potensi desa melalui penyertaan modal desa secara langsung, bantuan dari pemerintah, serta kerja sama masyarakat atas dasar kesepakatan bagi hasil (Se & Langga, 2021). Peran BUM Desa diantaranya yaitu mengatur perekonomian di desa terutama pada bidang usaha sosial sederhana, usaha jasa pelayanan, maupun usaha bersama masyarakat.

Desa Kersik merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Marang Kayu Kabupaten Kutai Kartanegara. Berdasarkan data infografis desa, Desa Kersik yang berada di daerah pesisir ini memiliki luas sebesar 4,21 km² dan memiliki jumlah penduduk tercatat sebanyak 1.162 jiwa yang terbagi menjadi 2 dusun dan 4 rukun tetangga (RT). Menurut Indeks Desa Membangun (IDM) Kementerian Desa, Desa Kersik saat ini telah tercatat sebagai desa maju. Dengan demikian, pembangunan ekonomi dan sumber daya manusia di desa ini terus dikembangkan. Salah satu upaya meningkatkan perekonomian yaitu dengan adanya BUM Desa. Badan Usaha Milik Desa di Desa Kersik bernama BUM Desa Pelangi. BUM Desa Pelangi mulai aktif beroperasi sejak Desember 2021. Sehingga, untuk lebih meningkatkan pendapatan BUM Desa Pelangi maka diperlukan adanya unit usaha baru yang dibutuhkan oleh masyarakat desa misalnya unit usaha ritel (BUMDes Mart).

Bisnis ritel modern atau minimarket saat ini mengalami perkembangan cukup pesat di Indonesia. Tentunya hal itu dapat dibuktikan dengan melihat banyaknya bermunculan bisnis ritel bahkan sampai ke pedesaan. Seiring dengan perkembangan zaman keberadaan bisnis ini menjadi semakin penting bagi masyarakat, disebabkan karena terdapat perubahan pola berbelanja masyarakat diantaranya semakin selektif dan juga adanya perubahan cara pandang konsumen. Sesuai dengan perkembangan konsep berbelanja masyarakat di Indonesia sehingga menyebabkan hal tersebut menjadi tuntutan yang sangat rasional, khususnya di Kalimantan Timur. Saat ini, konsep berbelanja bukan sekedar membeli apa yang dibutuhkan tetapi yang menjadi penentu juga ialah kualitas dan harga. Sejumlah hal yang sebelumnya kurang begitu diperhatikan namun saat ini dirasa perlu untuk diperhatikan misalnya dalam hal kenyamanan, citra, gengsi, tempat, dan pelayanan.

Kersik Mart adalah perencanaan usaha minimarket atau bisnis ritel modern yang bergerak di bidang penjualan produk-produk rumah tangga yang digunakan oleh konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya kebutuhan primer serta sekunder yang harus dipenuhi mengakibatkan konsumen menginginkan proses pembelian yang mudah dan langsung. Sehingga harga, lokasi, dan kenyamanan tempat serta pelayanan termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja. Kersik Mart ini perlu didirikan mengingat di Desa Kersik dan desa-desa sekitarnya masih belum memiliki minimarket, apalagi letak desa ini berada pada jalan poros yang banyak dilalui pengendara serta Desa Kersik ini juga memiliki objek wisata pantai yang membuat desa ini ramai dikunjungi para wisatawan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian terkait dengan studi kelayakan usaha Kersik Mart yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan pendirian usaha ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek ekonomi dan sosial.

Tinjauan Pustaka

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas sementara dengan mengalokasikan sumber daya tertentu dan berlangsung dalam jangka waktu terbatas dengan maksud untuk melaksanakan tugas yang sesuai dengan sasarannya Ichsan et al., (2019).

Aspek Penilaian Studi Kelayakan Bisnis

Setelah melakukan studi kelayakan bisnis sesuai dengan tahapan-tahapan yang telah ditentukan secara benar dan lengkap, selanjutnya pada setiap tahapan memiliki aspek-aspek yang harus diukur, diteliti, dan dinilai diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta analisis dampak dan lingkungan (AMDAL) (Kasmir & Jakfar, 2020).

Bisnis Ritel

Ritel adalah kegiatan usaha menjual produk dan jasa bernilai tambah dalam jumlah eceran yang memenuhi kebutuhan individu, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir (Hikmawati & Nuryakin, 2017).

Badan Usaha Milik Desa

Badan Usaha Milik Desa merupakan badan usaha yang didirikan dari kekayaan pemerintah desa yang kemudian dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat (Ihsan, 2018).

METODE

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian deskriptif kualitatif dengan mengambil data primer yang didapat dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber ataupun informan, serta data sekunder yang merupakan arsip-arsip dokumen yang dimiliki oleh BUM Desa Pelangi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sebelumnya peneliti telah melakukan observasi saat menjalani program MBKM Bina Desa di Desa Kersik selama lima bulan. Setelah itu, dilanjut dengan wawancara secara langsung selama dua minggu di lapangan. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung data hasil penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dimulai untuk memilah hal-hal pokok ataupun fokus terhadap hal-hal yang dianggap penting, kemudian dilanjutkan dengan penyajian data dalam bentuk uraian singkat dan bersifat naratif, dan dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan akhir. Akan tetapi pada dua aspek yaitu aspek pasar pemasaran dan aspek keuangan ditambahkan metode analisis data diantaranya, aspek pasar pemasaran menggunakan analisis *targeting*, *segmenting*, *positioning* dan bauran pemasaran. Pada aspek keuangan menggunakan metode penilaian kelayakan investasi yaitu *payback period*, *net present value*, dan *profitability index*.

HASIL

Hasil penelitian kelayakan pendirian usaha Kersik Mart dapat diketahui layak atau tidak usaha Kersik Mart yang akan dijalankan. Analisis aspek-aspek pada studi kelayakan bisnis memiliki keterkaitan satu sama lain. Pada penelitian Kersik Mart ada lima aspek yang diteliti diantaranya yaitu aspek hukum, aspek pasar pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen organisasi, dan aspek ekonomi sosial.

Aspek Hukum

Dalam proses membuat dokumen-dokumen yang akan diperlukan untuk pendirian usaha Kersik Mart tidak mengalami banyak kendala dalam prosesnya. Dokumen-dokumen yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP merupakan dokumen yang dibutuhkan untuk pendirian usaha Kersik Mart, adapun syarat yang harus dipenuhi untuk membuat NPWP diantaranya Akta pendirian usaha, KTP Pengurus

BUM Desa Pelangi, Surat keterangan usaha dari Kepala Desa, dan Surat tanda daftar usaha/perusahaan.

2. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Syarat yang harus dipenuhi usaha Kersik Mart dalam pembuatan dokumen SIUP adalah KTP Pengurus BUM Desa Pelangi, Akta Pendirian Badan Usaha, NPWP, Susunan pengurus BUM Desa Pelangi, surat keterangan tempat usaha dari Kepala Desa, dan pas foto Direktur atau penanggung jawab.

Aspek Pasar Pemasaran

Pada analisis aspek pasar pemasaran usaha Kersik Mart hal pertama yang diteliti diantaranya segmentasi, target, dan posisi pasar yaitu sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar Kersik Mart terbagi menjadi dua segmen yaitu berdasarkan kondisi demografis dan berdasarkan kondisi geografis. Segmentasi geografis yaitu segmentasi yang mengacu pada sekelompok orang, yang mana dalam usaha Kersik Mart ini yaitu terkait dengan domisili dan tingkat pendapatan para calon pelanggan. Sedangkan segmentasi geografisnya yaitu lokasi usaha berada di jalan poros yang sering dilalui oleh kendaraan antar kota/kabupaten.

2. Target Pasar

Target usaha Kersik Mart ini yaitu warga Desa Kersik dan sekitarnya, tamu-tamu baik dari perusahaan atau yang lainnya, dan para pengunjung objek wisata yang ada di Desa Kersik.

3. Posisi Pasar

Kersik Mart ini memosisikan diri sebagai usaha yang ramah kantong untuk kebutuhan keluarga/rumah tangga dengan memberikan pelayanan yang nyaman baik itu di *offline store* ataupun *online* melalui *website* digital desa.

Setelah melakukan analisis segmentasi, target, dan posisi pasar, selanjutnya peneliti melakukan analisis bauran pemasaran untuk usaha Kersik Mart. Bauran pemasaran yang digunakan ialah analisis 4P (*product, price, place, promotion*).

1. *Product*

Produk untuk usaha Kersik Mart ini berupa bahan-bahan kebutuhan dapur, alat tulis, dan lain-lain yang umumnya keperluan rumah tangga. Sumber didapatkannya produk-produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan usaha, didapat dari masyarakat Desa Kersik khususnya jika ada yang ingin bekerja sama menjadi *supplier* dan atau dari luar Desa Kersik (misalnya dari pasar kota).

2. *Price*

Adapun untuk harga-harga yang ditawarkan dari Kersik Mart ini nantinya lebih ke mempertimbangkan harga pasar dikarenakan usaha ini termasuk dalam jenis usaha ritel, jangan sampai harga yang ditawarkan oleh Kersik Mart jauh lebih tinggi dibanding usaha sejenis tentunya hal tersebut akan sangat berdampak terhadap kelangsungan usaha ini nantinya.

3. *Place*

Rencana tempat untuk Kersik Mart ini nantinya terdapat di dua lokasi. Lokasi pertama yang akan dibangun yaitu berada pada jalan poros yang ramai dilalui oleh pengendara dan juga dekat dengan Pertashop yang ada di Desa Kersik, sehingga dapat sekaligus menjadi *rest area* bagi para pengendara.

4. *Promotion*

Dalam hal promosi, Kersik Mart ini nantinya akan menggunakan aplikasi atau website dari Digital Desa Kersik dan juga media sosial Pemerintah Desa Kersik, bahkan rencananya kedepan akan dibuat web atau aplikasi khusus untuk kegiatan promosi oleh pemerintah desa.

Aspek Keuangan

Analisis pada aspek keuangan dilakukan untuk melihat kelayakan dari usaha Kersik Mart ini dari segi keuangannya. Pada usaha Kersik Mart analisis yang digunakan yaitu kelayakan investasi yang terdiri dari NPV, PP dan PI. Untuk investasi awal yang harus dikeluarkan Kersik Mart yaitu sebesar Rp. 600.000.000,- yang dimana Rp.100.000.000,- merupakan modal kerja. Dengan asumsi umur ekonomis 5 tahun dan disusutkan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Pengembalian tingkat bunga yang diinginkan (*cost of capital*) adalah 20%. Asumsi atau perkiraan

laba sesudah pajak dengan omset kurang lebih Rp.150.000.000/bulan selama 5 tahun masing-masing sebesar Rp.380.000.000, Rp.395.000.000, Rp.410.000.000, Rp.405.000.000, dan Rp.420.000.000. Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Cash Flow Selama Umur Ekonomis

| Tahun | EAT | Penyusutan | Kas Bersih | DF 20% | PV Kas Bersih |
|-------|------------------|-------------------|-------------|--------|--------------------|
| 1 | 280.000.000 | 100.000.000 | 380.000.000 | 0,833 | 233.240.000 |
| 2 | 295.000.000 | 100.000.000 | 395.000.000 | 0,694 | 204.730.000 |
| 3 | 310.000.000 | 100.000.000 | 410.000.000 | 0,579 | 179.490.000 |
| 4 | 305.000.000 | 100.000.000 | 405.000.000 | 0,482 | 147.010.000 |
| 5 | 320.000.000 | 100.000.000 | 420.000.000 | 0,402 | 128.640.000 |
| | Jumlah PV | Kas Bersih | | | 893.110.000 |

Sumber: Data olahan

Berikut ini merupakan analisis perhitungan untuk menentukan kelayakan usaha Kersik Mart, Adapun metode yang digunakan diantaranya yaitu *Payback Period*, *Net Present Value*, dan *Profitability Index*.

1. Payback Period (PP)

$$\begin{aligned} \text{Investasi} &= \text{Rp } 600.000.000,- \\ \text{Kas Bersih Tahun ke-1} &= \text{Rp } 380.000.000,- \\ &= \text{Rp } 220.000.000,- \end{aligned}$$

Karena sisa tidak dapat dikurangi arus kas bersih tahun kedua, maka sisa arus kas bersih tahun pertama dibagi arus kas bersih tahun kedua, yaitu:

$$\text{PP} = \frac{\text{Rp } 220.000.000,-}{\text{Rp } 395.000.000,-} \times 12 \text{ bulan} = 6,6 \text{ bulan} = 7 \text{ bulan.}$$

Maka *Payback Period* untuk usaha Kersik Mart adalah 1 tahun 7 bulan.

Dikarenakan hasil perhitungan PP lebih kecil dari umur investasi maka usaha layak untuk dijalankan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kasmir & Jakfar (2020) pada bukunya yang menyatakan bahwa *Payback Period* suatu usaha dapat diterima jika *Payback Period* nya < (lebih kecil) dari umur investasi.

2. Net Present Value (NPV)

Rumus yang digunakan untuk mencari NPV adalah:

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \text{Total PV Kas Bersih} - \text{Total PV Investasi} \\ \text{Total PV Kas Bersih Kersik Mart} &: \text{Rp } 893.110.000,- \\ \text{Total PV Investasi Kersik Mart} &: \text{Rp } 600.000.000,- \\ \text{NPV Kersik Mart} &= \text{Rp } 893.110.000 - \text{Rp } 600.000.000 = \text{Rp } 293.110.000,- \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menghasilkan nilai NPV positif yang artinya usaha Kersik Mart ini layak untuk dijalankan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kasmir & Jakfar (2020) di bukunya yang menyatakan bahwa jika hasil perhitungan NPV menghasilkan nilai positif (+) maka investasi tersebut layak untuk dijalankan, dan sebaliknya jika hasil perhitungan NPV bernilai negatif (-) maka investasi tersebut dinyatakan tidak layak.

3. Profitability Index (PI)

Rumus yang digunakan untuk mencari PI yaitu:

$$\text{PI} = \frac{\sum \text{PV Kas Bersih}}{\sum \text{PV Investasi}} \times 100\%$$

Jadi, *Profitability Index* (PI) usaha Kersik Mart adalah sebagai berikut:

$$\text{PI} = \frac{\text{Rp } 893.110.000}{\text{Rp } 600.000.000} \times 100\%$$

PI = 1,48 kali

Metode PI dihitung dengan cara membandingkan *present value* dari penerimaan kas bersih dengan nilai investasi. Menurut Kasmir & Jakfar (2020) di dalam bukunya menyatakan bahwa suatu investasi dapat dikatakan layak apabila nilai PI lebih besar dari 1. Hasil perhitungan rencana usaha Kersik Mart menunjukkan bahwa nilai PI memiliki nilai 1,48 atau dibulatkan menjadi 1,5 yang berarti rencana pendirian dari usaha tersebut dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Aspek Manajemen Organisasi

Dalam penilaian aspek manajemen dan organisasi untuk kelayakan usaha Kersik Mart ini dalam hal struktur organisasi disesuaikan dengan usaha minimarket pada umumnya yang terdiri dari dua kasir dan tiga store crew boy/girl di satu tokonya yang terbagi menjadi dua shift. Terkait dengan sumber daya manusia atau karyawan tidak ada kriteria khusus, yang pasti memiliki kemampuan sesuai dengan posisi yang dibutuhkan di usaha Kersik Mart ini nantinya. Memiliki sikap loyal dan selalu bertanggung jawab atas pekerjaannya juga merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pihak BUM Desa Pelangi dalam merekrut karyawan untuk unit usahanya. Kemudian dalam hal gaji karyawan tentunya akan disesuaikan dengan jam kerja dan ketentuan atau standar operasional gaji karyawan pada bisnis ritel modern.

Aspek Ekonomi Sosial

Dari analisis aspek ekonomi, keberadaan usaha Kersik Mart ini nantinya dapat meningkatkan jumlah pendapatan BUM Desa Pelangi dan juga masyarakat Desa Kersik. Seperti yang diketahui bahwa semakin besar usaha maka akan semakin besar pula manfaat sosial dan ekonomi yang dapat dirasakan. Rencana penempatan usaha Kersik Mart ini tergolong strategis karena berada di jalan poros dan juga jalan menuju objek wisata yang ada di Desa Kersik, sehingga sangat mudah terjangkau aktivitas ekonomi baik itu masyarakat desa, wisatawan ataupun pengendara yang melewati jalan poros.

Sedangkan, Analisis aspek sosial yang dilakukan yaitu dengan dijalankannya usaha Kersik Mart, dapat membuka kesempatan kerja dan juga mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat desa. Selain itu, dapat memberikan manfaat bagi masyarakat desa yang ingin menjual hasil kebun atau produknya di usaha ini ataupun masyarakat desa yang memiliki usaha warung juga dapat membeli kebutuhan warungnya di Kersik Mart karena nantinya usaha ini juga akan melayani pembelian secara grosir. Sehingga secara tidak langsung usaha Kersik Mart ini tidak hanya membantu masyarakat tetapi juga pemerintah desa khususnya dalam upaya mengurangi pengangguran walaupun hanya dalam jumlah kecil.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pendirian usaha Kersik Mart layak untuk dijalankan. Dilihat dari aspek hukum, rencana legalitas sudah direncanakan dan dapat segera dipenuhi. Pada aspek pasar pemasaran sudah memiliki potensi pasar yang cukup besar dan selanjutnya perlu dilakukan strategi pemasaran yang efektif. Pada aspek keuangan, setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode penilaian kelayakan investasi (PP, NPV dan PI) menunjukkan nilai yang positif, tetapi masih perlu diperhatikan terkait dengan rencana investor untuk modal pendirian usaha. Sedangkan, dilihat dari aspek manajemen organisasi sudah memiliki rencana yang jelas akan tetapi masih perlu sumber daya manusia yang dapat menjabarkan terkait manajemen operasional dan manajemen sumber daya manusia yang detail. Dan pada aspek ekonomi sosial, usaha Kersik Mart ini dapat memberikan manfaat positif baik dari segi ekonomi maupun sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Caya, M. F. N., & Rahayu, E. (2019). Dampak Bumdes Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Aik Batu Buding, Kabupaten Belitung, Provinsi Bangka Belitung. In *Jilid* (Vol. 20).
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). Keberadaan Ritel Modern Dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional Di Dki Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 195–208. <https://doi.org/10.21002/Jepi.V17i2.768>
- Ichsan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, S. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)* (1st Ed.). Cv. Manhaji.

- Ihsan, A. N. (2018). *Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Gerbang Lentera Sebagai Penggerak Desa Wisata Lerep*.
- Kasmir, & Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (14th Ed.). Prenadamedia Group.
- Muhtarom, Kusuma, N., & Purwanti, E. (2018). Analisis Indeks Desa Membangun Untuk Mengetahui Pola Perkembangan Pembangunan Desa Di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu Village Index Analysis Building To Know The Village Development In Gadingrejo District Of Pringsewu District. *Kelitbangan*, 6(2). [Http://Journalbalitbangdalampung.Org](http://Journalbalitbangdalampung.Org)
- Rimawan, M., & Aryani, F. (2019). Pengaruh Alokasi Dana Desa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Indeks Pembangunan Manusia Serta Kemiskinan Di Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(3).
- Se, H., & Langga, L. (2021). Peranan Bumdes Dalam Mendukung Perekonomian Dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Watusipi Kecamatan Ende Kabupaten Ende. *Resona*, 5(1).