

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri pertanian akan mendapatkan nilai tambah dari produk hasil pertanian dengan sistem pengelolaan antara sektor pertanian dan sektor industri. Sektor industri pertanian akan memberikan kontribusi yaitu dalam penyerapan tenaga kerja dan penciptaan nilai tambah (*added value*) yang lebih tinggi pada berbagai komoditas hasil pertanian yang dihasilkan. Prospek yang baik untuk dapat dikembangkan pada subsektor pertanian salah satunya adalah tanaman hortikultura, yaitu sayuran, tanaman obat-obatan, tanaman hias dan buah-buahan.

Pisang merupakan tanaman hortikultura yang banyak diproduksi di Indonesia khususnya daerah Prov. Lampung. Sentra produksi tanaman pisang di Prov. Lampung, yaitu Kab. Pesawaran (Padang Cermin, Kedondong, dan Penengahan), Kota Bandar Lampung (Panjang), Kab. Lampung Barat, Kab. Tanggamus, Kab. Lampung Timur (Sekampung, Sukadana, dan Jabung), Kab. Lampung Utara, Kab. Way Kanan, Kab. Tulang Bawang, Kab. Lampung Tengah dan Kota Metro (Departemen Pertanian, 1991). Produksi buah pisang di Prov. Lampung adalah 1.462.423 juta ton pada tahun 2017 (BPS Lampung, 2018).

Kabupaten Pesawaran merupakan daerah yang menyumbang produksi pisang terbesar di Prov. Lampung. Namun, dalam 3 tahun terakhir produksi pisang mengalami ketidakstabilan. Pada tahun 2015 produksi pisang di Kab. Pesawaran sebesar 999.894 ribu ton, tahun 2016 produksi buah pisang meningkat secara signifikan sebesar 6.262.642 juta ton, sedangkan pada tahun 2017 produksi pisang mengalami penurunan produksi secara signifikan yaitu sebesar 411.923 ribu ton (Badan Pusat Statistik, 2017)

Buah pisang tergolong ke dalam buah klimakterik, yaitu buah yang masih mengalami proses pematangan meskipun setelah dipanen. Pematangan akan terus berlanjut sampai terjadi pembusukan pada saat penyimpanan, sehingga buah pisang memiliki daya simpan yang pendek. Oleh karena itu, perlu adanya upaya pengolahan

atau diversifikasi produk olahan pisang, seperti selai pisang, sale pisang, bolu pisang, roti pisang, sari buah pisang, tepung pisang, dodol pisang, dan keripik pisang. Salah satu produk olahan buah pisang yang dapat dikembangkan dan mempunyai pasar yang cukup baik serta meningkatkan harga jual dibanding buah segarnya adalah diolah menjadi keripik pisang.

Keripik pisang adalah produk olahan pisang utama di Prov. Lampung. Keripik pisang Lampung sudah dikenal sebagai oleh-oleh khas Lampung. Banyak industri yang membuka usaha produk olahan pisang salah satunya yaitu keripik pisang. Keripik pisang mempunyai peluang bisnis yang cukup tinggi jika diolah dengan benar dan dipasarkan secara tepat. Potensi pasar yang luas dan ketersediaan bahan baku yang melimpah, merupakan peluang bisnis yang menjadikan buah pisang memiliki nilai tambah pendapatan bagi pelaku bisnis.

Usaha Dagang (UD) Panda Alami di Desa Cipadang Kec. Gedong Tataan Kab. Pesawaran merupakan salah satu sentra pengolahan makanan yaitu keripik pisang. Skala usaha yang dijalankan adalah skala menengah dengan jumlah modal yang dikeluarkan lebih dari 100 juta. Pada awalnya UD Panda Alami hanya mengolah keripik pisang. Namun, sejalan dengan meningkatnya permintaan pasar maka, UD Panda Alami melakukan pengembangan produk olahan keripik buah lainnya seperti keripik nangka, keripik nanas, keripik pepaya, dan stik kentang.

Analisis pendapatan usaha keripik pisang diperlukan untuk mengetahui sejauh mana efisiensi usaha tersebut dilakukan. Dengan analisis pendapatan ini dapat dievaluasi target-target yang telah dicapai, sehingga kedepannya dapat dibuat perencanaan, perhitungan, dan bahan rujukan untuk pengambilan keputusan yang tepat untuk meningkatkan keuntungan suatu usaha. Perhitungan analisis dapat dilakukan dalam 1 tahun (Azhar dkk., 2005).

Dunia pada awal tahun 2020 tepatnya pada bulan Maret, dihebohkan dengan adanya penyebaran wabah penyakit yang menular yaitu virus corona. Pada masa ini disebut dengan pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 terus berlanjut sampai pertengahan Tahun 2021. Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai bidang usaha, termasuk industri pengolahan pangan. Menurut Pakpahan (2020), ada 3 implikasi

terkait pandemi Covid-19 bagi Indonesia yaitu sektor pariwisata, sektor perdagangan, dan investasi.

Di Indonesia, UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional yang juga terdampak serius akan adanya pandemi Covid-19. Dampak yang ditimbulkan diantaranya pada aspek total produksi dan nilai perdagangan serta jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya.

Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pada fase ini masyarakat sangat berhati-hati dalam mengatur keuangannya untuk hal yang lebih penting seperti membelanjakan barang hanya untuk kebutuhan primer. Keripik pisang ini merupakan makanan ringan yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh khas Lampung. Dengan adanya PSBB masyarakat dilarang untuk mudik sehingga keadaan ini lah yang membuat UD Panda Alami mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan. Dalam hal ini menyebabkan proses produksi tidak maksimal dan penjualan menurun secara drastis.

UD Panda Alami memiliki beberapa produk yang dihasilkan antara lain, keripik pisang kepok original serta rasa-rasa, keripik pisang kepok koin, keripik nangka, keripik nanas, stik kentang dan juga keripik pisang muli. Keripik pisang muli merupakan produk yang paling banyak diproduksi serta paling banyak nilai penjualannya sehingga hal ini berdampak pada penurunan pendapatan UD Panda Alami.

Berdasarkan uraian tersebut maka tugas akhir ini berjudul Analisis Pendapatan Keripik Pisang Muli Sebelum Pandemi dan Saat Pandemi Covid-19 pada UD Panda Alami Di Desa Cipadang Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Pengambilan judul ini bertujuan untuk melihat biaya yang dikeluarkan serta pendapatan bersih dari UD Panda Alami.

1.2 Tujuan

1. Menentukan biaya produksi UD Panda Alami sebelum pandemi dan saat Pandemi Covid-19
2. Menentukan total penerimaan UD Panda Alami sebelum pandemi dan saat Pandemi Covid-19

3. Menentukan pendapatan UD Panda Alami sebelum pandemi dan saat pandemi Covid-19
4. Menentukan kelayakan usaha UD Panda Alami sebelum pandemi dan saat pandemi Covid-19

1.3 Kerangka Pemikiran

Dalam proses pembuatan keripik pisang muli, dibutuhkan berbagai faktor produksi seperti bahan baku, peralatan, dan tenaga kerja, semua ini termasuk dalam biaya produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap (*Fixed Cost*), biaya tidak tetap (*Variable Cost*) dan biaya total (*Total Cost*). Dalam satu kali proses produksi akan dihasilkan produk jadi, maka untuk menghitung biaya total perlu adanya biaya tetap dan biaya tidak tetap. Proses produksi olahan pisang akan menghasilkan output produk keripik pisang muli. Keripik pisang muli yang sudah dikemas dan siap dijual maka akan menghasilkan jumlah penerimaan. Jumlah penerimaan tersebut dapat digunakan untuk menghitung pendapatan, yaitu dengan cara menghitung selisih antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan selama kegiatan produksi berjalan dapat dinyatakan dalam rupiah.

Pada analisis efisiensi usaha industri digunakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya (R/C) dan benefit cost ratio (B/C) yaitu perbandingan antara jumlah pendapatan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan.

1.4 Kontribusi

Kontribusi yang dapat diberikan dari penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui keadaan lapangan kerja yang sebenarnya sehingga dapat membandingkan teori yang telah diperoleh pada saat perkuliahan dengan penerapan langsung saat di lapangan.
2. Bagi perusahaan
Dapat memberikan informasi mengenai perbedaan analisis pendapatan sebelum pandemi dan saat pandemi Covid-19 serta analisis kelayakan usaha keripik

pisang di UD Panda Alami Desa Cipadang Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Lampung.

3. Bagi pihak lain

Untuk dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi dalam memberikan pengetahuan mengenai analisis pendapatan suatu industri.

1.5 Gambaran Umum Industri

1.5.1 Lokasi Perusahaan

UD Panda Alami merupakan industri rumah tangga pengolahan keripik buah dengan teknologi menggunakan *vacuum frying* (penggorengan secara *vaccum*) yang berlokasi di Jl. Suka Damai, Dusun Cidadi Timur, Desa Cipadang Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung.

1.5.2 Sejarah Perusahaan

UD Panda Alami merupakan usaha dagang mandiri yang masih berskala UKM, bergerak dalam bidang pengolahan makanan yang memproduksi beraneka olahan keripik buah berbasis teknologi pengolahan modern. Produk utama dari UD Panda Alami yaitu keripik pisang dan keripik nangka.

Panda Alami berdiri pada tahun 1997 yang bermula merupakan sebuah usaha dalam bentuk Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) dengan merek dagang Alami dan berganti menjadi Panda Alami pada tahun 1998 satu tahun setelah berjalannya usaha. Pada saat itu nama Panda Lampung lebih dikenal, maka setelah melaksanakan pembinaan dari pihak Dinas PPLKB dan Dinas Perindustrian Lampung Selatan merek dagang Alami secara resmi dilakukan pergantian nama merek dagang menjadi Panda Alami hingga saat ini sudah 22 tahun berjalan.

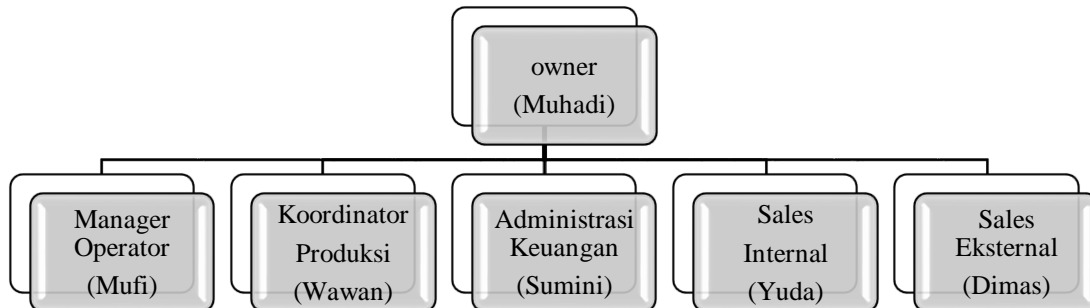
Panda Alami didirikan oleh bapak Muhadi.Ide usaha ini bermula dari kurangnya pemanfaatan buah yang melimpah di Desa Cipadang. Awal mula pembuatan keripik buah dilakukan secara manual menggunakan penggorengan dengan wajan biasa. Seiring berjalannya waktu beliau tetap optimis, kerja keras dan menekuni usaha pembuatan keripik buah dan mengikuti berbagai pelatihan. Hingga

akhirnya, produksi keripik di UD Panda Alami menggunakan teknologi pengolahan modern (*vacuum frying*). Pada awal didirikan Panda Alami mengeluarkan modal awal sebesar Rp10.000.000 yang digunakan oleh industri untuk membeli peralatan produksi sebagai modal investasi dan membeli bahan-bahan produksi sebagai modal kerja.

Produk Panda Alami dilihat dari aspek kesehatan dapat terjamin, karena menggunakan bahan-bahan yang aman dari sisi kesehatan karena tidak mengandung bahan pengawet dan diproses secara hygiene. Panda Alami selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang terbaik dengan memenuhi standar kualitas serta mengutamakan kepuasan pelanggan melalui inovasi dan program-program perbaikan, serta menghasilkan produk bermutu dan aman.

1.5.3 Struktur Organisasi

Dalam UD Panda Alami terdapat 6 departemen yang terbagi berdasarkan fungsi masing-masing yang dimiliki. Struktur organisasi UD Panda Alami dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Struktur Organisasi UD Panda Alami

Berikut ini merupakan wewenang dan tanggungjawab (job description) dari masing-masing jabatan:

a. Direktur

Direktur UD Panda Alami yaitu pemilik (*owner*) merupakan jabatan tertinggi dalam sebuah pabrik atau industri yang memiliki kewenangan dalam mengambil keputusan dan memberikan kebijakan pabrik serta memiliki tanggungjawab atas berjalannya pabrik tersebut. Direktur memiliki tugas untuk melakukan koordinasi atas

sebuah perencanaan strategis, memimpin sebuah rapat evaluasi management secara berkala, menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal, internal, pemerintah, perusahaan dan masyarakat.

b. Manager Operator

Manager Operator bertugas untuk mengontrol pelaksanaan, efektifitas dan efesiensi berjalannya perusahaan, menyusun agenda manajemen, melaporkan tindakan koreksi dan pencegahan, sasaran capaian mutu produk, serta bertanggungjawab atas keberhasilan dan kegagalan dari produk yang dihasilkan.

c. Koordinator Produksi

Koordinator Produksi bertugas untuk mengatur penanganan bahan baku mentah yang akan diolah menjadi keripik, bertanggungjawab atas biaya yang telah dikeluarkan dalam pada saat proses produksi selanjutnya melaporkan hasil produksi serta biaya yang telah digunakan kepada owner perpekan.

d. Administrasi Keuangan

Administrasi Keuangan bertugas untuk menentukan serta menghitung jumlah anggaran yang akan digunakan dan telah digunakan oleh perusahaan, selalu memeriksa ulang laporan keuangan setiap bulan serta menyerahkan laporan keuangan kepada direktur perusahaan atau pabrik. Memonitoring pengeluaran kas, dan juga merekap gaji seluruh karyawan.

e. Sales Internal

Tugas dari *sales internal* adalah bertanggungjawab atas ketersediaan produk, jumlah kebutuhan konsumen di rumah, dapat melaporkan hasil penjualan secara tertulis dan terperinci dalam setiap harinya.

f. Sales Eksternal

Tugas dari departemen *sales eksternal* adalah bertanggungjawab atas jaminan pada saat distribusi produk ke tangan konsumen luar serta melakukan penarikan pada produk *return*

1.5.4 Visi dan Misi Industri

A. Visi

1. Kerja cerdas dan sehat
2. Ciptakan produk UKM berdaya saing global

B. Misi

1. Menjaga kepercayaan konsumen dengan terus meningkatkan kualitas produk yang aman dan sehat
2. Terus menerus meningkatkan perkembangan dan kualitas produk hingga mampu berdaya saing secara global.
3. Terus menerus meningkatkan kualitas sumber manusia dengan meningkatkan kesejahteraan, dan meningkatkan kualitas pengetahuan sehingga tercipta pelayanan yang prima.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pisang Muli

Indonesia memiliki komoditas buah yang paling banyak diminati dan dikonsumsi, yaitu pisang. Menurut Inayah, dkk. (2021) Sekitar 45% masyarakat Indonesia mengkonsumsi pisang, karena pisang berbuah tanpa mengenal musim sehingga mudah dijumpai. Selain itu seluruh bagian tanaman pisang dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan, mulai dari bonggol, batang, daun, bunga hingga buahnya. Jenis-jenis pisang yang umum dijual di pasar antara lain pisang barangan, raja sareh, raja uli, raja jambe, raja molo, raja kul, raja tahun, raja bulu, kapok, tanduk, ambon lumut, ambon kuning, kapas, pisang tongkat langit, pisang mas, pisang Cavendish dan pisang muli (Sunyoto, 2011).

Salah satu pisang yang cukup terkenal di Prov. Lampung adalah pisang muli. Karakteristik pisang muli, yaitu ukuran panjang ± 9 cm dan diameter 3-4 cm, tandan terdiri dari 6-8 sisir dan tiap sisir terdiri dari 10-15 buah. Pisang muli berkulit tipis, dengan warna kulit kuning penuh dan pucuk buah berwarna hijau. Sifat sensori dari buah pisang muli, yaitu memiliki rasa yang manis agak sedikit asam dan beraroma harum. Untuk lebih jelasnya mengenai pisang muli dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Buah Pisang Muli

Buah pisang muli (*Musa acuminata L.*) memiliki kandungan gizi yang baik, antara lain menyediakan energi yang cukup tinggi dibandingkan dengan buah-buahan lain. Buah pisang kaya akan mineral seperti kalium, magnesium, besi, fosfor, dan kalsium. Buah pisang mengandung beberapa vitamin yaitu vitamin B, B6 dan C, buah pisang juga mengandung protein sebesar 2,3% dan lemak 0,13%, lebih besar dari pada buah apel. Jadi, bagi orang yang mengkonsumsi pisang tidak perlu takut mengalami kegemukkan (Saleh, 2015).

Buah pisang muli tergolong ke dalam buah klimakterik dimana buah mengalami peningkatan laju respirasi yang tinggi selama proses pematangan. Sehingga, pada saat proses pematangan buah pisang dapat berlangsung cepat. Pematangan yang cepat pada buah pisang akan mempersulit penanganan pasca panen seperti penyortiran, penyimpanan serta pendistribusian (Roselyn dkk.,2013).

Pisang muli memiliki nilai ekonomi dan kandungan gizi yang tinggi serta proses pematangannya yang sangat cepat maka diperlukan upaya untuk mengembangkan teknologi pasca panen yang tepat. Penanganan pascapanen yang tepat akan menghasilkan kualitas buah pisang muli yang dapat ditingkatkan sehingga memiliki nilai jual yang baik. Untuk itu, perlu dilakukan pengembangan teknologi pascapanen yang memerlukan pengetahuan tentang aspek fisiologi selama proses pematangan. Aspek fisiologi terkait dengan kualitas buah adalah *table ripe* yaitu suatu kondisi buah memiliki rasa paling enak untuk dimakan yaitu dengan karakteristik kulit buah yang kuning, pucuk buah pisang berwarna cokelat dan daging buah berwarna putih (Roselyn dkk., 2013).

2.2 Keripik pisang

Menurut SNI 01-4315-1996,keripik pisang adalah produk makanan ringan yang dibuat dari irisan buah pisang dan digoreng dengan atau tanpa bahan tambahan makanan yang diizinkan.Keripik pisang umumnya dibuat dari buah yang mentah karena kandungan air yang masih sedikit sehingga dapat dilakukan penggorengan secara tradisional menggunakan wajan, sedangkan buah yang masak tidak dapat diolah menjadi keripik jika menggunakan penggorengan tradisional. Namun, dapat

diolah dengan menggunakan teknologi modern seperti mesin penggorengan *vacuum frying*.

Menurut Setyawan dan Widaningrum (2013) Penggorengan secara vakum merupakan proses penggorengan yang dapat mempertahankan nilai gizi. Buah-buahan didehidrasi tanpa mengalami reaksi pencoklatan (*browning*) atau menjadi hangus. Mesin penggorengan vakum menghasilkan produk keripik yang berkualitas baik dengan beberapa keunggulan yaitu warna kuning atau tidak berubah banyak dari warna asli buah pisang, penggorengan alami tanpa penambahan zat pewarna dan perasa, memiliki tekstur yang renyah(Tiwan dkk., 2013)

Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan keripik pisang muli UD Panda Alami yaitu buah yang memiliki kematangan sempurna, bahan pendukung dalam pembuatan keripik buah adalah minyak goreng kelapa (merek Barco). Pembuatan keripik buah pisang tidak menggunakan pengawet atau bahan tambahan pangan (BTP) sehingga produk keripik buah pisang memiliki rasa yang sama dengan buah pisang segarnya. Keripik pisang muli UD Panda Alami dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Keripik Pisang Muli UD Panda Alami

Menurut Kamsiati (2010) secara umum keripik buah memiliki cita rasa khas saat dimakan yaitu memiliki karakteristik rasa dan aroma harum yang khas menyerupai buah segarnya, memiliki tekstur renyah, serta nilai gizinya relatif dapat dipertahankan karena suhu penggorengan relatif rendah.

2.3 Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan nilai yang digunakan untuk menunjang proses produksi. Hadiyanti (2014) menyatakan bahwa biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh suatu produk. Biaya produksi yang dikeluarkan dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu biaya eksplisit dan biaya tersembunyi. Biaya eksplisit merupakan pengeluaran-pengeluaran perusahaan untuk mendapatkan faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi merupakan taksiran pengeluaran terhadap faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Menurut Hadiyanti (2014) keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan produsen dibedakan menjadi 2 jenis pembiayaan yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Dengan demikian biaya dapat dibedakan menjadi 3 bagian yaitu

- a. Biaya tetap total (TFC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi. Biaya yang tidak berubah jumlahnya dari berapa pun jumlah barang yang diproduksi. Contoh biaya tetap adalah peralatan seperti *vacuum frying*, genset, bangunan dan peralatan lainnya.
- b. Biaya variabel (TVC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi. Biaya yang dapat berubah jumlahnya jika terjadi perubahan jumlah produksi. Biaya variabel meliputi biaya bahan baku, bahan pendukung seperti minyak goreng, plastik kemas dan lainnya, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead. Biaya overhead adalah biaya yang diluar dari proses produksi seperti pengisian pulsa dan transportasi.
- c. Biaya total (TC) adalah jumlah keseluruhan dari biaya tetap dengan jumlah biaya variabel. Menurut Agustian(2011) Biaya total adalah jumlah yang perlu dikeluarkan untuk suatu proses produksi yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

2.4 Penerimaan

Menurut Agustian (2019), penerimaan merupakan sejumlah uang yang diperoleh dari sejumlah output atau dengan kata lain merupakan segala pendapatan yang diperoleh industri dari hasil produksinya. Hasil total penerimaan dapat diperoleh dengan cara mengalikan jumlah satuan produk yang dijual dengan harga satuan produk. Selisih antara penerimaan dan biaya produksi disebut dengan keuntungan. Bila selisih antara penerimaan dan biaya menghasilkan jumlah yang negatif maka industri atau perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Begitupun sebaliknya jika hasilnya positif maka perusahaan atau industri tersebut akan mengalami keuntungan.

2.5 Pendapatan

Pendapatan adalah nilai produksi dikurangi dengan nilai-nilai yang telah dikeluarkan untuk proses produksi. Pendapatan diperoleh dari hasil pengurangan Total Penerimaan (TR) dengan Total Biaya (TC). Pendapatan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan (Agustian, 2019).

2.6 Kelayakan Usaha

Menurut Nasution (2019) kelayakan usaha dapat diartikan sebagai usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Tujuan dilakukan kelayakan usaha adalah untuk menghindari penanaman modal yang sudah terlanjur dikeluarkan dalam jumlah yang besar untuk kegiatan yang tidak menguntungkan

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan usaha atau bisnis yang sedang dijalankan layak atau tidak layak untuk diteruskan. Suatu usaha dikatakan layak untuk diteruskan apabila pemilik usaha tersebut memperoleh keuntungan maksimal dari usaha yang dikelolanya. Jika manajemen usaha dikelola dengan baik maka usaha tersebut layak atau efisien untuk dijalankan (Agustian, 2019).

Menurut Harnanik, dkk. (2016) analisis kelayakan usaha yang dapat digunakan adalah dengan menghitung nilai R/C ratio dan B/C ratio. Analisis kelayakan usaha ini kemungkinan suatu usaha yang dijalankan dapat memberikan manfaat finansial maupun sosial benefit. Sehingga, bertujuan untuk melihat perbandingan penerimaan dan biaya.

2.6.1. R/C Ratio

Ruswaji dan Rachmantha (2018) menyatakan bahwa R/C Ratio adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha, yaitu dengan cara membandingkan tingkat penerimaan yang diperoleh dengan modal yang dikeluarkan.

Agustian (2019) menyatakan usaha akan dikatakan layak apabila nilai R/C ratio > 1 . Hal terjadi karena semakin tinggi nilai R/C, maka tingkat keuntungan yang didapat juga akan semakin tinggi. Usaha akan dikatakan tidak layak apabila nilai R/C ratio < 1 .

2.6.2. B/C Ratio

Menurut Kadariah, dkk. (1999) yang ingin diketahui dalam analisis Net B/C adalah keuntungan yang diperoleh sebagai akibat dari investasi. Dalam batasan besaran nilai B/C dapat diketahui bisnis tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan. Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara jumlah pendapatan (Benefit = B) yang diperoleh dengan total biaya produksi (Cost = C), usaha dapat dikatakan menguntungkan apabila nilai B/C ratio > 0 , dan sebaliknya jika nilai B/C ratio < 0 usaha tersebut merugi Ruswaji dan Rachmantha (2018)

2.7 Dampak Pandemi terhadap Usaha yang Dijalankan UMKM

Alfin (2021) menyatakan bahwa sejak pertama kali munculnya Coronavirus Novel 2019 (Covid-19) di Wuhan China pada bulan Desember, virus ini dapat menyebar dengan cepat. Diketahui April 2020 lebih dari 210 negara didunia terkena penyebaran Covid-19. Peningkatan jumlah kasus corona terjadi dalam waktu singkat dan membutuhkan penanganan segera. Virus corona dapat dengan mudah menyebar dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia. Virus ini dapat dengan mudah menular hanya melalui kontak dengan penderita. Hingga kini belum ada obat spesifik untuk

menangani kasus infeksi virus corona. Oleh karena itu pemerintah di beberapa negara memutuskan untuk menerapkan karantina atau *lockdown*.

Menurut Pakpahan (2020), ada 3 implikasi terkait pandemi Covid-19 bagi Indonesia yaitu sektor pariwisata, perdagangan dan investasi. Di Indonesia UMKM memiliki peranan penting sebagai perekonomian nasional yang juga terdampak serius akan adanya pandemi Covid-19, tidak hanya aspek total produksi dan nilai perdagangan melainkan juga berpengaruh pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya.

Menurut Alfin (2021), pergerakan sektor UMKM terhambat secara signifikan, selain terhambat dalam proses produksi namun terhambat juga pada pendapatan UMKM. Keterhambatan produksi dan pendapatan ini menyebabkan pengurangan tenaga kerja. Hal ini harus segera diatasi agar UMKM tetap bertahan dalam menghadapi perkembangan zaman. Seperti peningkatan digitalisasi dalam melakukan promosi. Digitalisasi dalam dunia bisnis ini diharapkan menjadi jalan keluar bagi pelaku usaha di era pandemi Covid-19.

Menurut Pakpahan (2020), pandemi Covid-19 menyebabkan banyak tenaga kerja terpaksa diberhentikan dari pekerjaannya karena untuk menekan biaya pengeluaran perusahaan. Banyak pengusaha kecil kehilangan pendapatannya sehingga pada fase ini dapat berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat. Sebagian masyarakat sangat berhati-hati dalam mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastiannya kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang bukan makanan pokok.

Dampak Covid-19 membuat perekonomian semakin memburuk, UMKM saat ini sedang berkelimpungan menghadapi wabah yang berbahaya ini. Salah satu dampak dari Covid-19 terhadap UMKM rata-rata mengalami penurunan omset yang lumayan besar yaitu 80% dari hari-hari normal. Daya beli masyarakat yang menurun mengakibatkan pendapatan UMKM ikut menurun. Hal ini disebabkan karenaberkurangnya aktivitas masyarakat diluar rumah serta sulitnya memperoleh bahan baku (Ihza, 2020).