

Table Of Content

| | |
|---------------------------------------|---|
| Journal Cover | 2 |
| Author[s] Statement | 3 |
| Editorial Team | 4 |
| Article information | 5 |
| Check this article update (crossmark) | 5 |
| Check this article impact | 5 |
| Cite this article | 5 |
| Title page | 6 |
| Article Title | 6 |
| Author information | 6 |
| Abstract | 6 |
| Article content | 7 |

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Assessing the Feasibility of an Edutech Startup: A Non-Financial and Financial Perspective

Mengevaluasi Kelayakan Sebuah Startup Edutech: Perspektif Non-Keuangan dan Keuangan

Qirbi Ibrahim, qirbiibrahim01@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Heri Widodo, heriwidodo@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This empirical study examines the viability of an edutech startup focused on skill enhancement for students and fresh graduates. Employing a mixed-methods approach, the research assesses both non-financial and financial aspects. The findings indicate that the venture is feasible in terms of management, resources, market, marketing, socio-economic factors, and technical operations. From a financial perspective, the venture shows promise with favorable indicators, including the payback period, profitability index, and average rate of return. These results have significant implications for addressing the skills gap in the edutech industry, improving graduate employability, and enhancing competitiveness in the job market.

Highlights:

- The study utilizes a mixed-methods approach for a comprehensive evaluation of the edutech venture's feasibility.
- Both non-financial and financial aspects are examined, affirming the venture's potential for success.
- The research has broad implications for addressing the skills gap, improving graduate employability, and enhancing competitiveness in the job market.

Keywords: Edutech Startup, Feasibility Assessment, Skill Enhancement, Graduates, Employability

Published date: 2023-09-30 00:00:00

PENDAHULUAN

Penanaman modal dalam suatu usaha atau proyek, baik itu digunakan sebagai sebuah usaha baru maupun memperluas usaha yang sudah tersedia, umumnya disesuaikan dengan menggunakan tujuan perusahaan dan bentuk badan usahanya. Adapun salah satu tujuan perusahaan itu didirikan yaitu hanya untuk mencari keuntungan (*profit*) semata, pada arti yang sesungguhnya bahwasanya semua aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan hanya ditujukan untuk mencari laba. Sementara itu, tujuan lainnya merupakan bersifat sosial yang meliputi jenis usaha ini dengan sengaja dilakukan hanya untuk membantu masyarakat sekitar dengan sarana serta prasarana yang tersedia tercukupi sehingga nantinya bisa memenuhi kebutuhan masyarakat seperti pendidikan, rumah sakit, panti sosial serta berbagai jenis usaha sosial lainnya. [1]

Disamping itu juga terdapat perusahaan yang didirikan untuk mencari kedua tujuan tersebut, disatu sisi ingin mendapatkan keuntungan (*profit*) namun disisi lain ingin memberikan pelayanan sosial kepada masyarakat. Akan tetapi, dalam praktiknya usaha yang bergerak di bidang sosial juga perlu mendapatkan dana sehingga nantinya mereka mampu mendanai bisnis dengan sendirinya sekaligus tidak hanya bergantung kepada donatur. Oleh karena itu, seiring berjalan nya waktu proses bisnis yang bergerak di bidang pelayanan jasa seperti, pendidikan dan rumah sakit telah mengarah ke komersial. Bagi perusahaan yang didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan total profit, yang paling utama adalah perlu dipikirkan seberapa lama pengembalian dana yang ditanam dalam usahanya agar dana tersebut bisa dengan segera dikembalikan. [1]

Agar tujuan sebuah bisnis dapat tercapai sesuai dengan *goals* yang kita inginkan, maka apapun tujuan yang sudah ditetapkan oleh sebuah perusahaan (baik itu yang lebih mengutamakan *profit* dan yang bersifat sosial maupun gabungan dari keduanya), hendaknya ketika ingin menanamkan modal di sebuah perusahaan sebaiknya didahului dengan suatu studi. Tujuannya hanya untuk menilai apakah suatu investasi yang nantinya akan disuntikan kedalam sebuah bisnis layak atau tidak untuk dijalankan (dalam arti apakah sudah sesuai dengan tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan) atau dengan kata lain apakah nantinya jika bisnis tersebut benar benar dijalankan akan memberikan hubungan timbal balik saling menguntungkan ataupun sebaliknya saling merugikan. [2]

Sesekali dalam implementasi yang sudah dilakukan, sekalipun telah melakukan suatu studi secara baik dan benar setiap kegagalan yang terjadi dalam sebuah bisnis pasti akan selalu menghampiri bagaimana dengan usaha yang dilakukan tanpa melalui proses studi terlebih dahulu. Situasi tersebut disebabkan karena adanya keinginan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya, namun untuk mencapai tujuan tersebut terdapat hambatan yang akan kita hadapi dan risiko yang mungkin akan terjadi setelah bisnis tersebut berjalan. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi segala risiko kegagalan yang ada hendaknya melakukan sebuah studi terlebih dahulu sebelum bisnis tersebut dijalankan. Studi yang dimaksud yaitu studi kelayakan bisnis, salah satu tujuan dengan diadakannya studi kelayakan bisnis yaitu untuk membantu para pengusaha mencari jalan keluar agar dapat menekan segala risiko serta hambatan yang mungkin akan timbul di masa yang akan datang. [3]

Badan pusat statistik menginformasikan bahwasanya perekonomian indonesia tahun 2019 menunjukkan beberapa capaian positif di tengah ketidakpastian global, hal tersebut diukur berdasarkan produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai RP 15.833,9 triliun dan PDB perkapita mencapai RP 59,1 juta atau US\$ 4.174,9. Hal tersebut sejalan dengan banyaknya para pelaku umkm yang membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi sebuah negara, kondisi demikian juga sesuai dengan ekspektasi pemerintah terhadap strategi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi sehingga terjadi kenaikan level kelayakan hidup masyarakat.[4]

Hal ini juga dapat membantu pemerintah untuk mengatasi pengangguran terdidik dan juga dapat mengurangi angka kemiskinan, di era perekonomian indonesia saat ini sangat memerlukan keberadaan *entrepreneur* muda yang mempunyai jiwa usaha serta dibekali dengan berbagai pikiran kreatif sekaligus inovatif untuk dan memperbanyak industri kecil dan menengah atau *start-up* yang berkualitas dan profesional untuk bisa berpartisipasi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebuah negara dan menekan sekecil mungkin tingkat kemiskinan dan pengangguran yang ada di indonesia. [5]

Model usaha berbasis teknologi *platform* saat ini telah menjadi dasar percontohan keberhasilan yang terjadi dalam dunia perbisnisan, berkembang paling pesat dan yang paling kuat saat ini. Apalagi saat ini, konsep bisnis berbasis *platform* mulai merombak susunan struktur dalam kancah ekonomi dan sosial lainnya, mulai dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi serta pemerintah. Tanpa memikirkan pihak manapun, kemungkinan besar konsep bisnis berbasis *platform* mulai mengubah struktur kehidupan sebagian besar masyarakat dan bersiap untuk menyambut perubahan yang lebih besar dalam kehidupan sehari hari pada masa yang akan datang seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sudah semakin maju. Dalam beberapa tahun terakhir, kita mulai menyadari bahwa ekonomi, sosial dan teknologi yang mendominasi mulai merombak kehidupan sehari hari dengan cara yang hanya dipahami oleh sebagian orang saja. [6]

Perkembangan ekonomi digital di indonesia yang sudah semakin maju selain disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat juga tidak terlepas dari meningkatnya jumlah populasi pengguna internet di indonesia. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh asosiasi penyedia jasa internet indonesia (APJII) mengatakan bahwasanya jumlah pemakai internet di indonesia meningkat setiap tahunnya. Peningkatan tersebut berdasarkan jumlah penduduk indonesia sekitar 252,4 juta jiwa penduduk indonesia di tahun 2015 sekitar

88,1 juta diantaranya adalah pengguna internet. Sementara itu, pada tahun 2016 meningkat dengan total jumlah penduduk sekitar 254,6 juta jiwa penduduk sekitar 132,7 juta pengguna internet. Namun demikian, para pemangku kepentingan (stakeholder) masih dihadapkan oleh segudang persoalan seperti kualitas sdm yang masih rendah, tingginya kesenjangan digital dan regulasi yang kurang memadai. [6]

Ekosistem ekonomi digital di Indonesia sendiri mulai menunjukkan progres yang signifikan utamanya dalam bidang e-commerce. Seperti semakin maraknya aktivitas transaksi elektronik yang menggantikan sistem transaksi tradisional. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia juga turut andil dalam persaingan di dunia ekonomi digital. Industri e-commerce tidak hanya membicarakan mengenai transaksi jual beli secara online. Tetapi juga, diluar itu mereka menyediakan jasa layanan antar penyelenggara telekomunikasi dan lain lain. Hal hal seperti itu yang menjadikan industri e-commerce harus selalu diawasi agar mampu meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi nasional. [6]

Dalam sistem ekonomi digital, bisnis berbasis platform memberikan tawaran mengenai layanan tertentu sesuai dengan permintaan dan penawaran khusus, penawaran telah terbagi kedalam penawaran pribadi dan juga individu. Supaya sistem ekonomi digital ini dapat memberikan keuntungan kepada masyarakat dan juga para stakeholder bisnis (pemangku kepentingan bisnis), maka dibutuhkan kerangka kebijakan apa yang dibutuhkan sehingga terciptanya iklim pasar yang kompetitif dan seimbang dalam membangun sebuah ide untuk menghasilkan sebuah produk atau inovasi terbaru dalam bisnis yang akan dibangun. Ciri ekonomi digital adalah melakukan perdagangan global dan banyak memotong rantai intermediary. Diharapkan tidak ada barrier to entry sehingga memberi keleluasaan partisipasi pasar.[6]

Persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis khususnya ekosistem ekonomi digital pun sangat ketat dan tidak semudah seperti yang dibayangkan, persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis merupakan hal yang wajar terjadi dikarenakan setiap pengusaha saling berlomba untuk mengeluarkan produk atau inovasi terbaru sebagai ajang pembuktian bahwa produk yang mereka ciptakan terbaik di pasarnya dari yang terbaik. Berbagai ancaman datang silih berganti seperti pesaing yang datang dengan membawa produk yang karakteristik nya sama tidak hanya itu terdapat juga kompetitor yang menawarkan produk substitusi (yang memiliki nilai manfaat lebih baik dari produk atau jasa yang sudah dihasilkan dari bisnis tersebut), selain itu ancaman juga datang dari konsumen karena pelanggan memiliki hak untuk memilih mana produk yang sesuai dengan keinginannya untuk dia beli dengan berorientasi kepada seluruh kebutuhannya. [6]

Berawal dari banyaknya mahasiswa yang bekerja tidak sesuai dengan program studi yang diampuh pada saat menempuh pendidikan di bangku perkuliahan serta terbatasnya kemampuan dalam diri untuk dapat bersaing dengan fresh graduate lainnya saat memasuki dunia kerja, maka dari itu mahasiswa yang tergabung atau ikut serta dalam program studi independen kampus merdeka yang dibawah naungan Power Commerce.asia memutuskan untuk mengambil capstone project mengenai bisnis start-up berbasis edutech yang diberi nama "DoUp"

DoUp "do your skill up, do your dreams" merupakan startup dengan website yang menyediakan kursus atau bootcamp yang menjadi wadah dalam pengembangan softskill maupun hard skill yang berkaitan dengan dunia kerja atau lingkungan profesional, melalui program pelatihan secara daring yang relevan dalam memenuhi kebutuhan industri saat ini seperti digital marketing, frontend engineer, backend engineer, speaker, Business development dan masih banyak lainnya. Sehingga skill yang dimiliki akan lebih berkualitas dan dapat kompetitif dalam dunia profesional.

Hal unik atau keunggulan yang dimiliki oleh "DoUp" yaitu dari sisi harga, "DoUp" menawarkan harga yang terjangkau dan berkualitas sehingga dapat memudahkan mahasiswa untuk dapat memenuhi ataupun meningkatkan skill yang ada di dalam tubuh mereka serta dapat bersaing dalam dunia industri. Selain itu, terdapat berbagai fasilitas lainnya yang disediakan oleh "DoUp" yakni materi bootcamp yang bisa diakses kapan saja sehingga peserta dapat belajar kapan pun dan dimana saja.

Segmentasi pasar dari "DoUp" terbilang cukup luas karena menyasar pada kalangan mahasiswa, fresh graduate dan juga para karyawan sehingga keberadaan "DoUp" maupun bisnis lainnya yang terkait dengan edutech sangat dibutuhkan di era saat ini. Mahasiswa maupun fresh graduate merupakan target atau sasaran utama dalam mempromosikan bisnis edutech "DoUp" karena untuk dapat bersaing dalam dunia industri dibutuhkan kemampuan yang mumpuni sehingga hal itulah yang saat ini dibutuhkan oleh mahasiswa maupun fresh graduate. Kemudian, karyawan perusahaan juga termasuk dalam potensi pasar dari "DoUp" karena untuk mendapatkan jenjang karir dari perusahaan seorang karyawan dituntut untuk memenuhi segala potensi yang terdapat di dalam diri mereka.

Visi dari project ini yaitu meningkatkan soft skill atau hard skill mahasiswa, fresh graduated hingga pekerja muda di Indonesia, sehingga DoUp dapat turut andil dalam mencerdaskan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Kemudian misi yang dilakukan dengan memberikan wadah berupa website agar pelanggan dapat dengan mudah mencari dan mendaftar untuk materi pelatihan atau pembelajaran yang ingin dipelajari, memberikan pengajar yang berkompeten agar materi yang diberikan berkualitas dan tersampaikan dengan maksimal, pelatihan atau pembelajaran dilakukan secara daring agar dapat memaksimalkan jumlah orang yang mengikuti program pelatihan dari seluruh daerah di Indonesia.

METODE

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. jenis penelitian yang temuan temuannya tidak diperoleh melalui data statistik atau bentuk hitungan lainnya dan berusaha untuk memahami sekaligus menafsirkan sebuah makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi [7]

Penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan kondisi perusahaan melalui analisa keuangan dan juga non keuangan yang telah dirancang sedemikian rupa oleh Founder dan Co-Founder "DoUp" yang berlokasi di Jl. TB Simatupang No.3, RW.03, Cilandak Timur., Kec. Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta dan memberikan gambaran mengenai proyeksi investasi dan pengembangan usaha kedepannya seperti apa.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada saat mengerjakan Capstone Project Studi Independen Kampus Merdeka dibawah naungan Power Commerce.asia yang berlokasi di Jl. TB Simatupang Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara Purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwasanya bisnis berbasis Edutech "DoUp" baru berjalan Oktober 2021 - Desember 2021. Namun ingin diidentifikasi apakah sudah memenuhi kriteria kelayakan usaha.

C. Teknik Penentuan Informan

Dalam penentuan informan penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti mengandalkan penilaiannya sendiri ketika memilih anggota populasi untuk berpartisipasi dalam penelitian yang bertujuan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu agar nantinya data yang diperoleh bisa lebih representatif.

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung dengan informan yaitu founder, co founder beserta tim yang mengambil bagian untuk ikut serta dalam memajukan start-up DoUp sehingga nantinya bisnis tersebut bisa maju dan bersaing dengan para kompetitor yang tersedia di Marketplace E-commerce.[8]

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini didapat secara acak atau tidak langsung dengan mengambil dari berbagai sumber, seperti Jurnal, buku, dokumen dokumen, skripsi sebelumnya maupun yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti [9]

E. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik dimana peneliti dan narasumber saling memberikan penjelasan mengenai topik yang akan dibahas dengan melakukan tanya jawab seputar topik pembicaraan sehingga kegiatan tersebut diharapkan menjadi lebih bermakna dan kaya akan wawasan pengetahuan mengenai poin dari pembicaraan tersebut. Sebagaimana dalam melakukan proses mengumpulkan sebuah informasi, bukan hanya sekedar digunakan oleh para peneliti sebagai pengantar dalam melaksanakan sebuah penelitian supaya mendapatkan permasalahan yang nantinya akan ditelaah, melainkan juga sebagai bahan oleh para peneliti yang memiliki keinginan untuk mendapati lebih dalam lagi mengenai hal terpenting apapun mereka akan tetap menyelidiki informasi tersebut. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai pemilik dan tujuh karyawan yang terlibat dalam proses pendirian perusahaan teknologi pendidikan berbasis Edutech "Do Up". [10]

b) Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data secara sistematis dengan mengamati secara langsung objek penelitian. Penulis memilih cara mengamati penelitian karena lebih akurat diperoleh langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengamati start-up berbasis Edutech "DoUp". Yang berlokasi di Jl. TB Simatupang, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Temukan dan catat apa yang Anda butuhkan untuk

membangun dan mengoperasikan bisnis jasa Anda.

c) Dokumentasi

Alasan menggunakan teknik tersebut adalah dapat digunakan sebagai bukti fisik dalam penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengambil data berupa arsip atau dokumen untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Metode pengolahan data melalui dokumentasi merupakan sebuah teknik dimana peneliti dapat melakukan pengumpulan informasi secara terbuka sehingga peneliti dapat melihat ataupun merekam keterangan yang telah tersedia.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dalam bentuk analisis kualitatif dan kuantitatif. Kami melakukan analisis data kualitatif untuk mengetahui karakteristik perusahaan yang melakukan bisnis di sektor jasa. Disajikan dari sisi non-keuangan seperti mengidentifikasi potensi beserta segmentasi pasar berdasarkan analisis dengan menggunakan TAM, SAM, SOM serta melakukan perencanaan pemasaran dengan memperluas jangkauan melalui sosial media sehingga nantinya diharapkan banyak orang yang mengetahui keberadaan DoUp dan berminat untuk mengikuti bootcamp dengan harga yang bersahabat. [11]

Sementara itu, dari sisi aspek teknis dan teknologi dinilai berdasarkan teknologi yang digunakan untuk menjaga serta meningkatkan produktivitas dari bootcamp tersebut. Nantinya akan dibuatkan semacam website yang memudahkan pengguna untuk mendaftar sekaligus memilih materi bootcamp sesuai dengan keinginannya dan juga dapat mengetahui profil singkat dari DoUp serta akan dijabarkan dalam bentuk tabel, grafik, atau gambar untuk pemahaman yang lebih baik. Tidak hanya itu, dipilihnya aspek teknis dan teknologi karena berdasarkan pada akses teknologi dan juga pasar yang tersedia supaya nantinya dapat menjamin tingkat produktivitas suatu usaha.

Aspek Ekonomis dan sosial dipilih dalam penelitian ini karena untuk mengetahui seberapa penting bisnis tersebut untuk dijalankan bagi kelangsungan hidup masyarakat terutama bagi yang sedang mencari pekerjaan atau membutuhkan sebuah kursus pelatihan dengan kualitas terbaik serta harga terjangkau, nantinya dalam pengolahan data akan diadakan wawancara bersama owner dari "DoUp" mengenai pentingnya aspek ekonomis jika diterapkan dalam bisnis tersebut.

Data kuantitatif dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan atau bisnis, seperti: PP (Payback Period), PI (Profitability Indeks) dan ARR (Average Rate of Return). Kajian yang didasarkan pada perhitungan disediakan melalui tabel sekaligus dapat dikelompokkan dan mengkategorikan sebuah informasi untuk memudahkan analisis data. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan alat hitung digital baik itu menggunakan handphone maupun kalkulator manual dan dapat didukung dengan beberapa aplikasi software seperti Microsoft.

Dalam mendapati sebuah bisnis ataupun usaha dagang bisa dikatakan laba maupun rugi diharuskan untuk menghitung keuntungan dan biaya yang diperlukan terhadap umur sebuah proyek dan mengevaluasi bisnis yang dijalankannya tersebut. Setelah mengidentifikasi seluruh keuntungan serta dana yang dikeluarkan, hingga setelah itu bisa merencanakan perhitungan supaya memperoleh harga standar investasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah memperoleh data serta hasil wawancara dan kemudian dilakukan analisis berdasarkan pada kriteria optimasi studi kelayakan bisnis, maka didapat hasil sebagai berikut: [12]

| No. | Aspek Studi Kelayakan Bisnis | Hasil |
|-----|---------------------------------|--|
| 1. | Aspek Manajemen dan Sumber Daya | Penjelasan mengenai aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia merupakan berhubungan langsung dengan bagaimana langkah langkah yang dijalankan oleh manajemen dalam mengelola proses bisnis nya. Terkait dengan pola manajemen yang dianjurkan, termasuk di dalamnya yaitu bagan pengorganisasian atau struktur keanggotaan serta deskripsi pekerjaan masing masing divisi sangat penting untuk diterapkan. Oleh sebab itu, kondisi tersebut sangat menentukan terkait dengan kesempatan dalam meraih kesuksesan dari usaha yang dijalankan. Maka |

| | | |
|----|---------------------------|---|
| | | dalam hal ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena sudah melengkapi kebutuhan sumber daya yang diperlukan. |
| 2. | Aspek Ekonomi dan Sosial | manusia saling berkelompok dengan yang lainnya baik secara terarah maupun tidak terarah, mereka saling berinteraksi dengan yang lainnya pada saat sedang mencukupi segala kebutuhannya, berawal dari sini dapat terjadi sebuah sistem perdagangan ataupun transaksi jual beli produk maupun jasa, berawal dari sini juga sejarah bisnis dimulai. Sosial, setiap bisnis yang dijalankan oleh masing masing pemangku bisnis mempunyai peranan berbeda dalam kehidupan masyarakat di sekitar lingkungan bisnis yang dibangun. Apabila sebuah bisnis tidak memiliki dampak positif terhadap lingkungan sosial dapat dipastikan bisnis tersebut tidak akan bertahan lama. Maka dalam hal ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena apabila bisnis ini benar benar dijalankan maka akan membuka lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan. |
| 3. | Aspek Pasar dan Pemasaran | Menganalisis aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu tahapan terpenting untuk mengetahui kemajuan sebuah usaha sekaligus memahami potensi pasar yang akan diraih dalam menjual sebuah produk ataupun jasa serta menerapkan strategi seperti apa yang akan dipakai nantinya untuk mencapai sebuah tujuan berdasarkan kesepakatan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Maka dalam hal ini, aspek pasar dan pemasaran dapat dikatakan layak dikarenakan potensi pasar dari bisnis bootcamp ini sangat luas dan paling dicari mahasiswa untuk meningkatkan skill mereka. |
| 4. | Aspek Teknis dan Operasi | Analisa yang dilakukan pada aspek ini menghasilkan penjabaran bagaimana proses bisnis yang diterapkan saat aktivitas operasional bisnis sedang berlangsung. Proses bisnis yang terjadi dalam simulasi bootcamp DoUp dirancang dengan sebaik mungkin untuk memudahkan konsumen dalam proses registrasi serta dirancang se-menarik mungkin agar semakin banyak konsumen yang tertarik untuk ikut serta dalam mengikuti kursus bootcamp yang diadakan oleh DoUp sehingga nantinya dapat mengalami perkembangan yang begitu pesat. Maka proses bisnis yang sudah dirancang dengan baik dapat dikatakan layak untuk dijalankan. |
| 5. | Aspek Keuangan | Terdapat 3 indikator yang digunakan dalam proses analisis kelayakan |

| | |
|--|---|
| | <p>aspek keuangan yakni Payback period, Average rate of return dan profitability Index. Ketiga indikator tersebut menunjukkan bahwa bisnis DoUp layak untuk dijalankan. Tidak hanya itu, jumlah konsumen yang ikut Bootcamp DoUp Setiap tahunnya mengalami peningkatan. Maka dari itu, laba bisnis dari DoUp terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya.</p> |
|--|---|

Table 1. Payback Period bisnis edutech “DoUp”

1. Perhitungan proyeksi Payback Period (PP)

| Arus kas per tahun tahun 1-3 | | | |
|------------------------------|-----------------|------------|----------------------------------|
| Tahun | Jumlah arus kas | | kumulasi arus kas Tahun 1-3 |
| 0 | | -320000000 | |
| 1 Rp | 87.235.484,00 | Rp | 87.235.484,00 |
| 2 Rp | 231.041.323,00 | Rp | 143.805.839,00 |
| 3 Rp | 683.348.850,00 | Rp | 539.543.011,00 |
| PP | t | | 2 |
| | b-c | Rp | 1.723.193,00 |
| | d-c | Rp | 683.348.850 |
| | | | 0,002521689 |
| | Payback Period | | 2,002521689 2 Tahun (dibulatkan) |

Figure 1. Payback Period bisnis edutech “DoUp”

$$\text{Payback Period} = t + ((b-c)/(d-c))$$

$$\text{Payback Period} = 2 + ((320.000.000-318.276.807)/(1.001.625.657-318.276.807))$$

$$\text{Payback Period} = 2 + (1.723.193/683.348.850)$$

$$\text{Payback Period} = 2 + 0,002521689$$

$$\text{Payback Period} = 2,002521689 \text{ atau } 2 \text{ tahun (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa payback period yang dihasilkan adalah 2 tahun. Hal itu berarti bahwa “DoUp” akan mengembalikan dana yang sudah di suntikkan oleh investor tahun 2020 selama 2 tahun atau kurang dari masa manfaat aset atau investasi selama 3 tahun. Dengan demikian, pengembangan usaha ini dapat dikatakan layak berdasarkan metode penilaian Payback Period. [13]

2. Profitability Index Bisnis Edutech DoUp

| | Faktor PV -Single sum | Budgeted Cash Inflow | PV Budgeted Cash Inflow |
|------|-----------------------|----------------------|-------------------------|
| PV 1 | 0,909090909 | Rp 87.235.484,00 | Rp 79.304.985,45 |
| PV 2 | 0,826446281 | Rp 231.041.323,00 | Rp 190.943.242,15 |
| PV 3 | 0,751314801 | Rp 683.348.850,00 | Rp 513.410.105,18 |
| | | PV Cash Inflow | Rp 783.658.332,79 |
| | | Initial Investment | Rp 320.000.000,00 |
| | | PI | 2,44893229 |

Figure 2. Profitability Index Bisnis Edutech DoUp

$$\text{Profitability Index} = ((\text{PV of Cash Flow Subsequent to Initial Investment})/(\text{Initial Investment/Outlay})) \times 100\%$$

Profitability Index = $(783.658.332/320.000.000) \times 100\%$

Profitability Index = 2,44 atau 2,45 (dibulatkan)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa nilai Profitability Index (PI) mencapai 2,45 hal tersebut berarti apabila proyek akan dijalankan maka akan menghasilkan keuntungan atau profit sebesar 2,45 kali lipat dari investasi yang ditanamkan. Serta berdasarkan kriteria profitability index adalah jika $PI > 1$. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa PI lebih besar dari satu. Sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan. [14]

3. Average rate of Return

| Initial Investment | | Rp | | 320.000.000,00 | |
|--|--------------------------|----------------------|-----------------------|----------------|--|
| Tahun | EAT | Depresiasi | Cash flow | | |
| 1 | Rp 171.200.000 | Rp 112.000.000,00 | Rp 283.200.000,00 | | |
| 2 | Rp 489.505.000 | Rp 74.666.666,67 | Rp 564.171.666,67 | | |
| 3 | Rp 408.750.001 | Rp 37.333.333,33 | Rp 446.083.333,83 | | |
| Total | Rp 356.485.000 | Rp 74.666.667 | Rp 431.151.667 | | |
| rata rata investasi/umur ekonomis | Rp 106.666.666,67 | | | | |
| rata rata EAT/umur ekonomis | Rp 118.828.333 | | | | |
| average rate of return | | 111% | | | |

Figure 3. Average Rate of Return bisnis Edutech "DoUp"

Average Rate of Return = $((\text{Jumlah Net Income}/\text{EAT})/(\text{Initial Investment})) \times 100\%$

Average Rate of Return = $(356.485.000/320.000.000) \times 100\%$

Average Rate of Return = 111%

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa nilai Average Rate of Return (ARR) mencapai 111%, hal itu berarti dalam menentukan investasi yang akan dilakukan oleh stakeholder terkait untuk memberikan penilaian apakah menyetujui memberikan pendanaan sesuai dengan minimum rate yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, nilai ARR dalam pendirian edutech "DoUp" sebesar 111% serta berdasarkan kriteria Average Rate of Return adalah jika $ARR > 100\%$ maka investasi diterima. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa ARR lebih besar dari 100%, sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan. [15]

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis bahwasanya aspek non-keuangan yang terdiri dari aspek manajemen dan sumber daya, aspek pasar dan pemasaran, aspek ekonomi sosial dan juga aspek teknis dan operasi dinyatakan layak. Hal tersebut dikarenakan bahwa telah memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditentukan dalam proses pendirian suatu usaha.

Kemudian, apabila dilihat dari sisi keuangan dapat dinyatakan bahwa aspek tersebut dinilai layak. Hal tersebut dapat ditinjau dari tiga indikator yang digunakan seperti payback period, profitability index dan juga average rate of return, ketiga indikator yang digunakan tersebut telah memenuhi berbagai persyaratan dalam proses pendirian suatu usaha serta dinyatakan layak untuk dilanjutkan.

References

1. Kasmir and Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis," 13th ed. Jakarta: KENCANA, 2012.
2. B. Faradiba and Musmulyadi, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok Doubig' di Makassar," J. Keuang. dan Perbank., vol. 2, p. 10, 2020.
3. A. Rachmat Kumalasian Nasution and Nurhadi, "Studi Kelayakan Bisnis Produksi dan Pemasaran Cake di Kota Bandung (Kasus di CV. Yeye Group)," J. Tek. Media Pengemb. Ilmu dan Apl. Tek., vol. 18, pp. 38-47, 2019.
4. J. Alfian Pradana, A. Komari, and L. Dewi Indrasari, "Studi Kelayakan Bisnis Tell Kopi dengan Analisis

Academia Open

Vol 9 No 2 (2024): December

DOI: 10.21070/acopen.9.2024.5570 . Article type: (Business and Economics)

- Finansial (Studi Kasus: Tell Kopi Anak Cabang Kedai Nam - Nam)," J. Tek. Ind. ITN Malang, p. 6, 2020.
5. O. Arifudin, Y. Sofyan, and R. Tanjung, "Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik," J. Ecodemica, vol. 4, p. 12, 2020.
 6. Z. Z. Noor, Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi Digital. Jakarta: DEEPUBLISH, 2017.
 7. S. Nurjanah, "Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta," The WINNERS, vol. 14, pp. 20-28, 2013.
 8. S. Komariah Hajar and D. Hidayat, "Studi Kelayakan Bisnis Konten Kreatif di Kota Bandung (Studi Kasus: PT Akses Nusa Karya Infratek)," Rekayasa Sist. Ind., vol. 4, p. 9, 2017.
 9. L. Tanaka Ardianto and M. Evi Amrlina Assumpta, "Studi Kelayakan Bisnis UniquePhotocard di Mal Ciputra World Surabaya," J. Manaj. dan Start-Up Bisnis, vol. 1, p. 9, 2017.
 10. L. Sulastri, Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha. LGM - LaGood's Publishing, 2016.