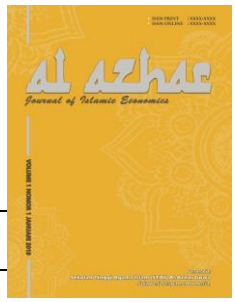
Al-Azhar Journal of Islamic Economics
Volume 3 Nomor 2, Juli 2021
ISSN Print: 2654-5543
Doi: 10.37146/ajie.V3i2.81
Penerbit: **Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa**
Al-Azhar Journal of Islamic Economics (AJIE) is indexed by Google Scholar and licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



Analisis Kelayakan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Parepare

Muhajir Suni*, Jumardi, Asyraf Mustamin
Politeknik Pariwisata Makassar
**E-mail: muhadjirsuni@yahoo.com*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) based on the creative economy are strategies implemented by the government in the current economic wave of the Industrial Revolution 4.0 era which has great potential to become one of the drivers that can create an independent, just and prosperous Indonesia in accordance with the vision of the development of Golden Indonesia 2045. The purpose of this research is to analyze the feasibility of developing investment based on creative economy in Parepare City based on technical and technological aspects, market and marketing aspects, and financial aspects. This type of research is field research (field research), using a qualitative descriptive approach. This research produces descriptive data which analyzes the feasibility of a business based on creative economy as a basis for making investment decisions using appropriate analysis. The feasibility analysis uses analysis of non-financial aspects in the form of analysis of technical and production aspects and market and marketing aspects. While the analytical tools used for the feasibility of the financial aspects use Payback Period (PP) analysis, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Profitability Index (PI). The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data obtained from observations and interviews. Secondary data is obtained through documents and related business reports. The results showed that handicraft, fashion/textile, printing/ publishing, and culinary businesses from non-financial aspects (technical and technological aspects and market and marketing aspects) and financial aspects (PP, NPV, IRT, and PI) are said to be feasible to develop, so that it meets the investment eligibility criteria.

Keywords: *Creative Economy, UMKM, Technical and Technology Aspects, Market and Marketing aspects, Financial aspects*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berbasis pada ekonomi kreatif merupakan strategi yang dijalankan pemerintah dalam arus gelombang ekonomi era Revolusi Indusrti 4.0 yang memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak yang dapat mewujudkan Indonesia yang mandiri, adil dan makmur sesuai visi pembangunan Indonesia Emas 2045. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisi kelayakan usaha pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif di Kota Parepare berdasarkan aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, dan aspek keuangan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian menghasilkan data deskriptif yang menganalisi tentang penilaian kelayakan usaha berbasis ekonomi kreatif sebagai dasar pengambilan keputusan investasi dengan menggunakan analisis yang sesuai. Adapun analisis kelayakan menggunakan analisis aspek non keuangan berupa analisis aspek teknik dan produksi dan aspek pasar dan pemasaran. Sedangkan alat analisis yang digunakan untuk kelayakan aspek keuangan menggunakan analisis Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara. Data sekunder diperoleh melalui dokumen dan laporan usaha terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil,

percetakan/penerbitan, dan kuliner dari aspek non keuangan (aspek teknis dan teknologi dan aspek pasar dan pemasaran) dan aspek keuangan (PP, NPV, IRT, dan PI) dikatakan layak dikembangkan sehingga memenuhi kriteria kelayakan investasi.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, UMKM, Aspek Teknis dan Teknologi, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan*

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan salah satu perwujudan gelombang ekonomi era Revolusi Indusrti 4.0, memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak yang dapat mewujudkan Indonesia yang mandiri, adil dan makmur sesuai visi pembangunan Indonesia Emas 2045. Pencapaian ekonomi kreatif beberapa tahun terakhir terus mengalami peningkatan dan memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan dokumen Outlook 2019 Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional sebesar 7,44 persen melebihi target 5,21% dan diproyeksikan akan terus meningkat. Namun hingga saat ini, ekonomi kreatif seperti pemberdayaan ekonomi pada umumnya, juga menghadapi sejumlah kendala seperti regulasi yang belum kondusif karena kebijakan-kebijakan ekonomi masih kaku dan cenderung konvesional sehingga ruang gerak pelaku startup masih terbatas. Selain itu, juga terkendala pada modal/dana invesatsi untuk mengembangkan bisnis, dikarenakan masih banyaknya pemangku kepentingan baik pemerintah maupun swasta yang masih kaku dan menggunakan pola pikir lama dalam berinvestasi.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, saat ini ekonomi kreatif dihadapkan pada tujuh isu strategis yaitu: (1) ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang profesional dan kompetitif; (2) ketersediaan bahan baku yang berkualitas, beragam, dan kompetitif; (3) pengembangan industri yang berdaya saing, tumbuh dan beragam; (4) ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif; (5) peluasan pasar bagi karya, usaha, dan orang kreatif; (6) ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif; (7) kelembagaan dan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif. Salah satu dari isu tersebut, yang menjadi isu penting dalam ekonomi kreatif adalah terkait dengan ketersediaan pembiayaan yang sesuai dan mudah diakses. Ketersediaan pembiayaan/pendanaan atau investasi usaha memang menjadi faktor penting baik untuk memulai maupun untuk mengembangkan skala bisnis. Investasi menjadi salah satu kunci dalam setiap upaya menciptakan pertumbuhan ekonomi.

Agyapong [1]dalam studinya di Ghana mengatakan bahwa investasi pada sektor mikro, kecil dan menengah (UMKM) atau dengan kata lain berbasis ekonomi kreatif, selain dapat mendorong pertubuhan ekonomi juga mampu menekan jumlah kemiskinan di suatu wilayah. Di Negara seperti Ghana UMKM memperkuat sektor-sektor seperti pertanian, perikanan, penggalian, rumah makan atau restoran, pengolahan makanan, dan jasa lainnya. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, berkontribusi dalam penerimaan pajak, memfasilitasi pendistribusian barang-barang

[1]D. Agyapong *"Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis of Related Literature"*, International Journal of Business and Management Vol.5 No.12, Desember 2010.

produksi, berkontribusi dalam pembangunan sumber daya manusia dan dunia usaha. Kondisi tersebut selanjutnya secara signifikan berpengaruh terhadap kondisi poverty reduction di Negara Ghana.

Jauh sebelumnya, Pusat Inovasi UMKM APEC tahun 2006 melakukan studi tentang daya saing global dari UMKM di 13 negara APEC, menunjukkan bahwa Indonesia termasuk negara yang UMKM-nya masih tergolong berdaya saing rendah. Indonesia bersama Meksiko dan Rusia merupakan negara-negara dengan pendanaan paling kecil bagi perkembangan teknologi di UMKM. Padahal perkembangan teknologi merupakan salah satu sumber penting dari inovasi, yang berarti teknologi menjadi sumber penting bagi peningkatan daya saing. Studi tersebut direspon oleh penelitian yang dilakukan oleh Tambunan[2] yang mengkaji sejauh mana hasil dari upaya-upaya pemerintah dan swasta selama ini dalam membantu UMKM, khusunya non pertanian. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa walaupun pemerintah dan swasta telah melakukan berbagai macam program, hasilnya tidak memuaskan. Hasil penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa sering kali lembaga-lembaga pemberi pelayanan seperti BDS tidak mengetahui apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh pengusaha-pengusaha UMKM, karena mereka menganggap BDS tidak menjalin suatu jaringan kerja yang baik dengan mereka. Akibatnya pelayanan riil yang disediakan BDS tidak sesuai dengan kebutuhan riil dari pengusaha-pengusaha UMKM.

Penelitian Wiagustini mengenai potensi pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif di Denpasar, mengemukakan bahwa potensi investasi berbasis ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan di Kota Denpasar meliputi: kerajinan, penerbitan dan percetakan, fesyen, kuliner dan musik. Terdapat perbedaan jumlah tenaga kerja, investasi dan nilai ekonomis per subsektor ekonomi kreatif, antara lain: tenaga kerja berpengaruh signifkan pada subsektor kerajinan, percetakan dan kuliner, investasi dan nilai ekonomis berpengaruh signifkan pada subsektor kerajinan, fesyen dan kuliner. Selain itu, penelitian tersebut menginstruksikan pengembangan investasi ekonomi kreatif yang perlu menjadi prioritas utama, mendapatkan perhatian dan penanganan Pemerintah Kota Denpasar, meliputi bantuan kelancaran operasional, bantuan pemasaran hasil produksi, bantuan untuk meningkatkan kualitas SDM, bantuan pendanaan melalui hutang, bantuan untuk mempertahankan kelangsungan aktivitas, dan bantuan pendistribusian hasil produksi.

Kegiatan investasi merupakan salah satu faktor utama sebagai pendorong tumbuh dan berkembangnya sektor-sektor perdagangan, ekspor-impor, perbankan, transportasi, asuransi, dan sektor ekonomi lainnya. Dengan adanya investasi baik dari pemerintah atau swasta dapat mendorong perkemangan usaha pelaku ekonomi kreatif, secara tidak langsung dapat mengurangi pengangguran karena tersedianya lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya akan terjadi peningkatan daya beli masyarakat. Melalui peningkatan kegiatan investasi, baik dalam bentuk kapital domestik maupun luar negeri, akan menjadi faktor pendongkrak yang sangat dibutuhkan bagi suatu negara atau daerah dalam menggerakkan mesin ekonomi mengawal pertumbuhan yang berkelanjutan[3].

Selain itu, lebih spesifik Karim et al.meneliti tentang kelayakan investasi workshop

[2]Tulus TH. Tambunan, "*Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia*", Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis, 26 Mei 2012. h.13–35.

[3]Wiagustini dkk, "*Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Denpasar*". Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol.10 No.2, Agustus 2017.

inglorious di Kota Bandung, mengemukakan bahwa produk kreatif Cloth ditinjau dari aspek pasar memiliki pasar potensial, minat masyarakat terhadap produk, dan sasaran pasar yang luas. Dari aspek teknis menunjukkan bahwa usaha kreatif inglorious memiliki jumlah tenaga kerja yang cukup untuk memenuhi demand per tahun dan didukung oleh lokasi proyek yang berada di pusat keramaian kota. Dan, dari aspek finansial yang dihitung berdasarkan kebutuhan perkiraan pendapatan, dana investasi, biaya operasional, income state, cashflow, dan neraca untuk menilai tingkat investasi seperti PBP, NPV, IRR menunjukkan bahwa pengembalian keuntungan produk ini (pay back period) memenuhi kriteria kelayakan investasi yaitu kurang dari lima tahun. Secara umum, penelitian tersebut menggambarkan peran penting bahwa analisis kelayakan usaha baik baru maupun pengembangan usaha lama dapat memberikan dasar pengambilan keputusan investasi[4].

Selain itu, penelitian Kristanto et al tentang analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan produk ekonomi kreatif di Kabupaten Malang, mengatakan bahwa melalui studi kelayak usaha dapat memberi sebuah gambaran lengkap rencana keuangan pengusaha mengenai bagaimana dan kapan dana datang dalam usaha, untuk apa dana dikeluarkan, berapa banyak jumlah kas tersedia dan posisi keuangan yang diproyeksikan untuk produk kreatif, sehingga mampu memenuhi kriteria kelayakan bisnis. Lebih spesifik, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produk ekonomi kreatif berupa Distro Powernoise Merch memenuhi kelayakan investasi usaha dengan nilai NPV, IRR, PI sesuai dengan kriteria nilai yang dipersyaratkan[5].

Berbeda dengan penelitian perancangan usaha dan analisis kelayakan usaha digital printing di Malang yang di lakukan Kuswanto dan Ekawati[6]. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa kelayakan investasi berdasarkan aspek pasar dan pemasaran pada tahun pertama dan tahun kedua terjadi peningkatan jumlah permintaan namun pada tahun ketiga dan keempat permintaan cenderung stagnan, sedangkan aspek keuangan menunjukkan nilai IRR dan NPV yang negatif.

Berdasarkan beberapa hasil riset sebelumnya menunjukkan peran penting analisis kelayakan usaha sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Penelitian kelayakan ussaha di sektor ekonomi kreatif sangat penting dan urgen karena: a) ekonomi kreatif memiliki arah yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga secara moral, budaya, alam dan lingkungan masyarakat, b) daya kreativitas yang timbul dari ekonomi kreatif, berdampak positif terhadap peningkatan kapasitas daya saing dan inovasi, c) pelaku ekonomi kreatif didominasi oleh UMKM, sehingga diharapkan dapat mampu mengurangi jumlah Rumah Tangga Miskin (RTM), dan selanjutnya mengentaskan kemiskinan, dan d) ekonomi kreatif sangat tepat dikembangkan pada wilayah strategis yang memiliki pelabuhan dan sebagai jalur lintas berbagai daerah. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan analisis kelayakan dengan segmentasi usaha yang lebih luas dan lokasi yang berbeda. Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare dengan segmentasi usaha kerajinan tangan, fesyen/tektil, percetakan/penerbitan, dan

[4]Zaky Abdul Kari dkk, "*Analisis Kelayakan Investasi Workshop Inglorious Cloth Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial di Kota Bandung*", E-Proceeding of Engineering Vol.2 No.2, Agustus 2015.

[5]Kristanto dkk, "*Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Keuangan Produk Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Distro "Powernoise Merch") Kabupaten Malang*", Jurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol.8 No.9, Februari 2019

[6]Dedy Kuswanto & Yurida Ekawati, "*Perancangan Usaha dan Analisis Kelayakan Usaha Pada Bisnis Digital Printing CV. Adimas Putera*", Symbol Vol. 1 No.1, Juli 2014.

kuliner.

Kota Parepare merupakan salah satu kawasan stratagis yang memiliki potensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui ekonomi kreatif atau UMKM. Kota Parepare memiliki peluang besar menjadi kota maju dan modern, hal ini didukung beberapa indikator penting yang menjadi strategis perekonomian Kota Parepare. Kota Parepare merupakan jalur pelintas menuju berbagai daerah, ditambah pelabuhan yang menjadi gerbang perdagangan, tentu ini akan menjadi potensi besar memicu peningkatakn ekonomi yang menunjang kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan laporan BPS Parepare, komposisi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Parepare pada tahun 2018, industri yang ada berjumlah 1.346 unit perusahaan, di mana sebagian besar yakni 969 unit perusahaan merupakan Industri Kecil yang mampu menyerap tenaga kerja pada tahun 2018 sebanyak 3.267 orang. Sedangkan Industri Kerajinan RT pada Tahun 2018 mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 1.148 orang dari 361 unit perusahaan. Industri Sedang pada tahun 2018 hanya menyerap tenaga kerja sebanyak 76 orang dari 16 unit perusahaan. Dari sisi investasi, sektor industri mampu menarik modal investasi tahun 2018 sebanyak 672.058 juta rupiah dengan nilai produksi sebesar 194.321 juta rupiah[7].

Meksipun perekonomian kota Parepare mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, tetapi belum secara utuh mengoptimalkan rencana strategis pemerintah. Beberapa permasalahan yang dihadapi Dinas Perindagkop dan UMKM, seperti masih adanya koperasi yang tidak aktif, regulasi bidang ekonomi belum berpihak pada pengembangan koperasi, belum optimalnya peran pemerintah dalam gerakan koperasi, rendahnya keterampilan manajemen pengurus koperasi, masih rendahnya manajemen dan daya saing produk UMKM, belum memiliki legitimasi tempat usaha, belum memiliki legitimasi hukum atas aset, sehingga terjadi kesulitan dalam mengakses kredit perbankan, potensi peningkatan sektor perdagangan, belum optimalnya pelaksanaan perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar, rendahnya daya saing produk dalam menghadapi dampak globalisasi, produktifitas industri rumah tangga masih rendah, kurangnya inovasi dan diversifikasi produk, terbatasnya produk berorientasi ekspor, kurangnya peran pemerintah dalam pembinaan pengrajin.

Pemasalahan-permasalahan tersebut mengarah kepada akar persoalan, yaitu kepercayaan terhadap iklim investasi. Investasi usaha berbasis ekonomi kreatif yang pelakunya adalah dominan UMKM menjadi alternatif utama mengingat Kota Parepare memiliki keterbatasan Sumber Daya Alam. Olehnya itu, perlu dilakukan analisis kelayakan bisnis untuk menjamin iklim investasi yang positif. Kelayakan bisnis secara umum merupakan suatu kegiatan yang mengeluarkan biaya-biaya dengan harapan akan memperoleh hasil/benefit. Unit bisnis merupakan wadah untuk melakukan kegiatan-kegiatan perencanaan, pembiayaan, dan pelaksanaan dalam satu unit usaha. Dalam aktivitas usaha terdapat peluang dan kesempatan yang membuat para pelaku usaha mengambil manfaat dari usaha tersebut, sehingga perlu dilakukan sebuah peninjauan terhadap sejauh mana kegiatan atau kesempatan itu dapat memberikan manfaat yang diusahakan. Peninjauan ini dapat dilakukan dengan menggunakan studi

[7]"Produk Domestik Regional Bruto Kota Parepare Menurut Lapangan Usaha 2016-2020", *Situs Resmi Badan Pusat Statistik Parepare*, https://pareparekota.bps.go.id/publication/2021/04/05/ef3b59a82b46f0d8e31ba5a3/produk-domestik-regional-bruto-kota-parepare-menurut-lapangan-usaha-2016-2020.html (3 Juli 2021)

kelayakan investasi. Studi kelayakan investasi merupakan penelaahan atau analisis tentang apakah suatu kegiatan investasi memberikan manfaat atau hasil bila dilaksanakan. Studi kelayakan investasi pada ekonomi kreatif memiliki beberapa aspek yang perlu dinilai, yaitu meliputi aspek hukum, aspek pasar, aspek finansial, aspek teknis, aspek manajemen, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan. Dalam penelitian ini, analisis kelayakan investasi dinilai berdasarkan relevansi lingkup ekonomi Kota Parepare yang dinilai berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi dan aspek finansial.

Dalam penelitian ini merumuskan tiga aspek kelayakan yaitu: a) bagaimana kelayakan pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif di Kota Parepare berdasarkan aspek teknis dan teknologi, b) bagaimana kelayakan pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif di Kota Parepare berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, dan c) bagaimana kelayakan pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif di Kota Parepare berdasarkan aspek keuangan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan variabel kelayakan investasi berbasis ekonomi kreatif. Penelitian dikembangkan berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian dan selanjutnya diuji berdasarkan teknik analisis yang sesuai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang membahas tentang penilaian kelayakan bisnis berbasis ekonomi kreatif sebagai dasar pengambilan keputusan investasi dengan menggunakan analisis yang sesuai.

Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan. Pertimbangan memilih Kota Parepare sebagai lokasi penelitian karena Kota Parepare secara geografis berada wilayah strategis sebagai jalur lintas dari berbagai daerah dan memiliki pelabuhan. Selain itu, penetapan lokasi juga didasarkan pada data Badan Pusat Statistik (BPS) baik BPS Sulsel maupun BPS Parepare tahun 2018 menunjukkan tren psositif dalam pertumbuhan ekonomi UMKM – Industri rumah tangga sebagai basis ekonomi kreatif. Peneliti juga membatasi data penelitian yaitu trend tahun 2018 dan 2019. Penelitian dilakukan selama 2 bulan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjektif yang diperoleh dari wawancara terhadap informan dan data dokumenter. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kali oleh peneliti. Data primer ini diperoleh langsung dari bagian subjek penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal bahan kepustakaan. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian yang ada di lokasi usaha dan kajian kepustakaan. Beberapa sumber data sekunder yang dapat diperoleh antara lain: literatur, data BPS, dokumen pelaku ekonomi kretaif, laporan keuangan, dan dokumentasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Istilah yang digunakan untuk subjek penelitian dalam penelitian ini adalah responden atau informan. Penelitian ini memandang representasi informan terwakili oleh kualitas informasi yang diberikan oleh informan bukan kuantitas informan yang dilibatkan.

Subjek dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik sampel bertujuan (*pusposive sampling*), yaitu penentuan subjek penelitian dengan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria atau pertimbangan menentukan subjek penelitian ini adalah orang-orang yang posisinya memiliki pengetahuan, pengalaman, dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan mengenai data-data yang dibutuhkan oleh peneliti terkait dengan fokus penelitian. Informan penelitian terdiri dari para pemangku kepentingan, para pelaku ekonomi kreatif (UMKM) yang sesuai dengan kriteria subjek penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian mengacu pada Sugiyono yaitu observasi, wawancara/interview, studi dokumentasi, studi literatur, dan penelusuran referensi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif merupakan penggambaran sifat dan keadaan terhadap data-data yang diperoleh dikumpulkan, dianalisa, dan diinterprestasikan sebagai hasil dari analisa kualitatif. Analisis ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai gambaran umum dan kondisi kelayakan investasi berbasis pada ekonomi kreatif Kota Parepare. [8]

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek analisis adalah analisis aspek teknis dan teknologi untuk mendapatkan gambaran kelayakan terhadap penentuan kapasitas ekonomis, jenis teknologi yang paling cocok, lokasi proyek yang paling menguntungkan ditinjau dari berbagai segi dan pemenuhan ketenagaan untuk mengelola peralatan. Analisis aspek pasar dan pemasaran, untuk mendapatkan gambaran kelayakan terhadap permintaan potensial atau pengguna produk yang dihasilkan, kemungkinan adanya persaingan, serta perkiraan penjualan yang dapat dicapai. Aspek pemasaran dilakukan dengan menganalisis bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, dan Promotion), melalui angket wawancara langsung kepada pelaku usaha. Jika penilaian berdasarkan aspek pemasaran sudah dikatakan layak, maka yang dilakukan selanjutnya adalah menganalisis keuangan yang menyangkut dengan perkiraan berapa biaya investasi dan biaya modal kerja yang dikeluarkan pelaku usaha.

Analisis aspek keuangan untuk menilai kelayakan investasi pelaku usaha menggunakan beberapa metode penilaian investasi yang relevan, yaitu: metode Payback Period (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (priode) pengembalian investasi suatu usaha atau proyek. Perhitungan PP dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Dua model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

Apabila kas bersih setiap tahun sama:

PP = Invetasi/(Kas Bersih/Tahun) x 1 Tahun

Apabila kas bersih setiap tahun berbeda:

PP = (Sisa Invetasi)/(Kas Bersih Selanjutnya) x 1 Tahun

Penilaian investasi selanjutnya adalah Net Present Value (NPV), adalah nilai bersih yang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (PV of proceed) dan PV investasi (capital outlays) selama umur investasi, yang disebut Net Present value (NPV) ialah selisih antara nilai kedua PV. Rumus dalam menghitung NPV menurut Kasmisr dan Jakfar

[8]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatuf dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2012).

(2012), yaitu:

NPV = (Kas bersih 1)/((1+r)) + (Kas bersih 2)/((1+r)2) + (Kas bersih N)/((1+r)n) – Investasi

Keputusan investasi dilakukan jika:

Hasil perhitungan NPV positif, maka investasi diterima

Hasil perhitungan NPV negatif, maka investasi ditolak

Untuk mengukur tingkat pengembalian intern menggunakan metode Internal Rate of Return (IRR). Keputusan untuk menerima maupun menolak sebuah rencana invetasi dilakukan berdasarkan hasil pembandingkan IRR dengan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan (r). Rumus yang digunakan seperti dibawah ini:

IRR =i1 +NPV1/(NPV1-NPV2) x (i2-i1)

Di mana: i1 = tingkat bunga 1 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV1)

I2 = tingkat bunga 2 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV2)

NPV1 = net present value 1

NPV2 = net present value 2

Jika IRR lebih besar dari bunga pinjaman, maka investasi diterima. Sebaliknya, jika IRR < dari bunga pinjaman, maka investasi ditolak.

Terakhir adalah Profitability Index (PI). PI adalah rasio dari PV total penerimaan kas masa datang terhadap investasi awal, atau PV/I. Atau, rasio antara present value penerimaan arus kas dan present value pengeluaran arus kas. Indeks pengukuran ini biasa disebut "benefit cost ratio". Indeks ini digunakan sebagai sarana untuk membuat peringkat proyek dalam urutan daya tarik yang semakin menurun.

Rumus:

PI=1+(∑_(t=1 Pt/(1+i)t^2)^n)/10

Dengan ketentuan, jika PI > 1, maka usaha layak dijalankan atau memenuhi kelayakan investasi, dan jika PI < 1, maka tidak layak dijalankan atau memenuhi kelayakan investasi (Sutarno, 2012).

Untuk mendapatkan data yang mampu dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka terlebih dahulu dilakukan teknik pemeriksaan keabsahan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan cross check data. Teknik cross check data digunakan karena dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data ganda pada objek yang sama. Selanjutnya menganalisis data, di mana teknis analisis dalam penelitian merupakan analisis induktif, penarikan kesimpulan yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa konkrit, kemudian fakta dan peristiwa tersebut ditarik kesimpulan yang umum yaitu dengan cara menganalisis dan menyajikannya dalam bentuk data deskriptif[9].

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data yang merujuk pada Sugiyono yaitu: a) reduksi data, di mana data yang diperoleh peneliti dari lapangan kemudian dipilih sesuai dengan topik pembahasan penelitian, b) kategorisasi data, yaitu data yang telah

[9] Hadi Sutrisno, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: UGMPress,1997).

direduksi, kemudian disusun secara sistematis ke dalam suatu unit dengan sifatnya masing-masing data dengan menonjolkan hal-hal yang bersifat pokok dan penting, c) penyajian data, merupakan penyajian suatu data ke dalam bentuk laporan sistematis dengan dilengkapi tabel, bagan, dan foto yang sesuai, dan d) pengambilan kesimpulan (verifikasi), yaitu data yang telah diinterpretasikan secara sistematis, kemudian dianalisis dengan perspektif tertentu untuk memperoleh kesimpulan data. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan cara berfikir induktif, yaitu dari hal-hal yang bersifat khusus diarahkan ke hal-hal yang bersifat umum untuk mengetahui jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini, yaitu terkait dengan fokus penelitian[10].

3. Hasil dan Analisis

3.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara terstruktur kepada responden atau informan yaitu pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada di Kota Parepare. Wawancara dilakukan kepada responden atau informan yang mempunyai tugas pokok dan fungsi, baik sebagai pemilik maupun sebagai perwakilan yang terlibat secara aktif dalam aktifitas operasi usaha.

3.2 Karakteristik Responden Penelitian

Berikut adalah karakteristik dari para pelaku usaha yang menjadi responden/informan dalam penelitian ini ditinjau dari beberapa klasifikasi usaha seperti pada Tabel 1. Pada Tabel 5.1 menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki bidang usaha yang berbeda. Penelitian ini hanya membatasi pada jenis usaha kerajinan tangan, fesyen/butik, percetakan dan penerbitan, dan kuliner. Penentuan jenis usaha tersebut berdasarkan pengamatan peneliti pada UMKM Kota Parepare yang didominasi oleh jenis usaha tersebut. Kriteria atau pertimbangan menentukan subjek penelitian ini adalah pelaku usaha yang posisinya memiliki pengetahuan, pengalaman, dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan mengenai data-data yang dibutuhkan oleh peneliti terkait dengan bidang usaha yang digeluti.

Tabel 1. Jenis Usaha Responden Penelitian

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Kerajinan Tangan	5	19%
2	Fesyen/Tekstil	5	19%
3	Percetakan dan Penerbitan	5	19%
4	Kuliner	10	40%
	Total	**25**	**100%**

Sumber: Data Diolah, 2020

Responden/informan penelitian terdiri dari para pemangku kepentingan, para pelaku ekonomi kreatif (UMKM) yaitu usaha kerajinan tangan, fesyen/butik, percetakan dan penerbitan, dan kuliner. Pada Tabel 5.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari jenis usaha kuliner. Bidang usaha kuliner salah satu kegiatan kreatif termasuk baru dan semakin marak di Kota Parapare, seperti produk makanan olahan tradisional, cafe dan resto. Untuk jenis usaha kerajinan tangan meliputi kegiatan

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatuf dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2012).

pengolahan bahan alami atau buatan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan seperti kulit, rotan, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, bambu, kayu. Seperti pemuatan cindera mata dari kerang, usaha meubel dan peralatan/perlengkapan rumah tangga.

Bidang usaha fesyen/butik juga marak di Kota Parepare. Kegiatan kreatif ini berhubungan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, produksi pakaian mode, dan desain aksesoris mode lainnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen. Dan, terakhir adalah usaha percetakan dan penerbitan, yang berhubungan dengan penulisan konten dan penerbitan dan pencetakan buku, jurnal, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, konten digital serta kegiatan digital printing dan barang cetakan lainnya.

Untuk kategorisasi usaha dilihat berdasarkan rata-rata aset atau kekayaan bersih dan omzet usaha tahun 2018 dan 2019. Kategorirasi tersebut mengikuti ketentuan UU No 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat dilihat pada Tabel 5.3

Tabel 5.3 Kategorisasi Usaha Berdasarkan Tingkat Usaha

No.	Aset/Kekayaan Bersih	Omzet/tahun	Frekuensi	Persentase	Skala Usaha
1	< 50 Juta	< 300 Juta	6	18%	Mikro
2	50 juta – 500 Juta	300 juta – 2,5 Milyar	11	47%	Kecil
3	500 juta - 10 Milyar	2,5 Milyar - 50 Milyar	8	25%	Menengah
4	> 10 Milyar	> 50 Milyar	0	0%	Besar
	Total		**25**	**100%**	

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan rata-rata aset atau kekayaan bersih dan omzet usaha tahun 2018 dan 2019 pada Tabel 5.3 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, ekonomi kreatif dalam skala kecil dan menengah lebih banyak dibanding skala usaha mikro. Hal ini mengambarkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini merupakan unit usaha skala kecil sebanyak 11 usaha, kemudian disusul usaha skala menengah dan mikro masing-masing sebanyak 8 dan 6 unit usaha. Selain itu, data di atas juga mengindikasikan bahwa jumlah tersebut berkorelasi dengan gambaran umum terkait dengan pertumbuhan ekonomi Parepare (PDRB), di mana industri/usaha kecil/eceran memiliki sumbangsih lebih besar.

Untuk karakteristik responden berdasarkan penggunaan *E-commerce* dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5 Penggunaan *E-commerce*

No.	*E-commerce*	Frekuensi		Persentase	
		2018	2019	2018	2019
1	Ya	6	10	24%	40%
2	Tidak	19	15	76%	60%

	Total	25	25	100%	100

Sumber: Data Diolah, 2020

E-commerce merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan usahanya. Melalui *E-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan konsumen dan pasarnya (*market place*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku ekonomi kretaif yang menjadi responden penelitian yang belum menggunakan *E-commerce* yakni sebanyak 60% atau 15 unit usaha. Sementara sebanyak 40% atau 10 unit usaha sudah menggunakan *E-commerce*. Meskipun data tersebut menunjukkan bahwa unit usaha yang belum menggunkan *E-commerce* lebih banyak, tetapi perbedaan tersebut tidak siginifkan dengan jumlah pelaku usaha yang sudah menerapkan sistem *E-commerce*. Selain itu, data tersebut juga menunjukkan adanya tren positif penggunaan *E-commerce* dari tahun 2018 ke 2019. Hal ini tentunya memberikan gambaran bahwa peluang usaha UMKM dapat ditingkatkan melalui sistem *E-commerce*.

3.3 Pembahasan

a. Aspek Teknis dan Teknologi

Indikator dalam aspek teknis meliputi lokasi usaha, luas produksi (bahan baku) dan fasilitas produksi (teknologi). Aspek teknis dan produksi pada usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan dan penerbitan, dan kuliner membahas mengenai tata kelola mulai dari lokasi produksi, perolehan bahan baku dan peralatan yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari lima usaha kerajinan tangan berada di tengah perkotaan dan jalur lintas berbagai daerah, letaknya yang dekat dengan jalan utama Parepare – Barru, Parepare-Soppeng, Parepare - Sidrap dan Parepare - Pinrang. Hal ini memudahkan jalanya transportasi untuk pembelian bahan baku sampai dengan pemasaran produk. Untuk tempat produksi industri kerajinan tangan ini mempunyai tempat tersendiri yang merupakan bagian khusus produksi. Rata-rata letak lokasi usaha kerajinan tangan dekat dengan akses bahan baku dan juga dekat dengan tempat wisata yang ramai dikunjungi wisatawan, pasar dan keramaian perkotaan. Dari lima usaha kerajinan tangan tesebut, 3 di antaranya berada di Kecamatan Bacucuki Barat, dan dua usaha berada di Kecamatan Soerang.

Lokasi usaha fesyen/butik yang menjadi responden terletak di Kecamatan Soreang dan Bacukiki Barat. Lokasi ini sangat strategis, selain karena berada di tengah kota, juga karena memiliki kepadatan penduduk yang tinggi dibanding di kecamatan lainnya. Selain itu, lokasi usaha strategis karena terletak dekat jalan lintas kota yang padat, target konsumen yang pada umumnya adalah masyarakat setempat dan pendatang dari berbagai daearah. Terlepas dari kondisi geografis dan demografis, penentuan lokasi usaha ini juga didasarkan pada berbagai alasan lain, seperti ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan mencukupi di daerah tersebut.

Lokasi usaha percetakan/penerbitan yang menjadi responden terletak di Kecamatan Soreang dan Bacukiki Barat. Letak usaha ini sangat strategis, selain karena berada di tengah kota, juga karena berada dekat dengan kampus-kampus dan lokasi padat perkantoran. Ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan mencukupi di daerah tersebut juga memadai yang didominasi oleh pemuda.

Dari hasil pengamatan bahwa dari sepuluh usaha kuliner yang menjadi responden/informan penelitian berada di tengah perkotaan (area kampus dan perkantoran), jalur lintas jalan utama Parepare – Pinrang, dan Parepare – Sidrap, dan

area Pasar Kuliner Parepare. Dari sepuluh usaha kuliner tangan, lima dari unit usaha tersebut sudah memiliki cabang di kecamatan yang berbeda. Tiga dari lima unit usaha kuliner tersebut terletak di tengah kota yang masih menyatu dengan rumah tinggal, tetapi memiliki cabang yang berada di kawasan wisata Kecamatan Bacucuki Barat dan Soreang. Ketiga unit usaha kuliner tersebut berfokus pada olahan makanan tradisional yang banyak digemari para wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata letak lokasi usaha kuliner dekat dengan akses bahan baku. Dari aspek target konsumen, semua usaha kuliner dekat area pasar dan keramaian perkotaan, kampus, perkantoran, tempat wisata. Empat usaha kuliner berada di Kecamatan Bacukuki Barat, dan enam unit usaha kuliner tersebar di Kecamatan Soreang dan Ujung.

Sementara untuk luas produksi, masing-masing unit usaha mem-pertimbangkan beberapa unsur berdasarkan perolehan dan kriteria penentuan bahan baku, bahan penolong, dan tenaga kerja unit usaha kerjianan tangan, fesyen/butik, percetakan/penerbitan dan kuliner memiliki akses mudah dan selektif terhadap kebutuhan proses produksi. Dengan demikian dapat dikatakan berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara bahwa usaha kerajinan tangan, fesyen/butik, percetakan/penerbitan dan kuliner yang menjadi responden penelitian ini sudah efisien dan memiliki potensi untuk perluasan usaha.

Dari aspek teknologi, proses produksi kerajinan tangan masing tergolong relatif sederhana dan mudah dilakukan. Kecuali untuk kerajinan tangan meubel/furnituture yang memerlukan tenaga untuk mengendalikan alat-alat atau teknologi berat. Untuk kerajinan cendera mata dan aksesoris cukup mudah, tidak memerlukan tenaga besar, alat-alat yang digunakan ringan, tidak sulit. Khusus untuk pembuatan aksesosir atau pakaian tradisional memerlukan ketelitian dan ketekunan, karena selain berfungsi sebagai pelengkap penampilan, aksesoris-aksesoris ini memiliki makna simbolik yang penting artinya bagi masyarakat tertentu.

Alat atau teknologi produksi usaha fesyen/butik dan percetakan/ penerbitan yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara terhadap responden, bahwa sebagian besar sudah menggunakan teknologi modern (automatic). Untuk usaha perorangan yang kapasitas produksinya masih kecil masih menggunakan teknologi manual. Namun secara keseluruhan fasilitas dan peggunaan teknologi baik automatik maupun manual sudah efisien dan efektif. Kondisi ini lebih mempertimbangkan faktor keseuaian penggunaan teknologi dengan jenis produk yang akan dihasilkan. Efisiensi dan efektifitas penggunaan fasilitas teknologi dapat dilihat dari ouput produksi yang sudah sesuai target, begitu pula dengan tenaga kerja yang mengoperasikan sudah terampil.

Alat atau teknologi untuk usaha kuliner yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara terhadap responden, bahwa rata-rata unit usaha sudah menggunakan teknologi modern (automatic). Khusus untuk pengolahan makanan dan minuman tradisional masih menggunakan peralatan tradisional (manual) karena lebih mengutamakan keaslian jenis makanan tradisional. Secara keseluruhan fasilitas dan peggunaan teknologi baik automatik maupun tradisional sudah efisien dan efektif.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis untuk menilai kelayakan investasi dari aspek pasar dan pemasaran, yaitu untuk mendapatkan gambaran kelayakan terhadap permintaan potensial atau pengguna produk yang dihasilkan, kemungkinan adanya persaingan, serta perkiraan penjualan

yang dapat dicapai. Teknik dalam penelitian aspek pemasaran dilakukan dengan menganalisis segmentasi pasar, target pasar, bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*), melalui angket wawancara langsung kepada pelaku usaha.

c. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dianalisis berdasarkan pada segementasi pasar geografis, demografis, dan psikiografis. Berdasarkan segmentasi pasar geografis, lokasi pasar usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner yang menjadi responden penelitian tersebar di tiga kecamatan yaitu Bacukiki Barat, Soreang dan Ujung. Lokasi tersebut sangat strategis kerena berada di area padat rumah dan perkantoran, dekat kawasan objek wisata, jalur lintas berbagai daerah, dan pasar. Dari segi demografis, lokasi tempat usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner yang berada di tiga kecamatan yang memiliki jumlah penduduk yang padat, yaitu kecamatan Soreang dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu 45.640 jiwa, Kecamatan Bacukiki Barat sebanyak 44.033 jiwa, dan Kecamatan Ujung sebanyak 34.847 jiwa. Berdasarkan segmentasi pasar psikiografik, bahwa usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner semakin tertantang untuk menemukan dan menghasilkan produk baru yang menarik. Hal ini didukung oleh era modern yang di topang oleh teknologi smartphone telah mendorong peribahan gaya hidup masyarakat dan minat fesyen atau modis masyarakat yang beragam. Para konsumen memiliki kecenderungan menyukai produk-produk yang baru dan menarik. Selain itu, minat konsumen sering berubah-ubah mengikuti perkembangan pasar. Minat konsumen dibagi menjadi dua kategori, yaitu konsumen yang menyukai model fesyen modern dan konsumen yang tertarik produk tradisional.

Sasaran utama usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner adalah masyarakat setempat (pelajar/ mahasiswa, pegawai dan wiraswasta) dan para pendatang (wisatawan) dari berbagai daerah yang berkunjung di Kota Parepare.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam bauran pemasaran adalah produk, harga, lokasi/distribusi, dan promosi. Dari segi produk, masing-masing usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner dibuat sebaik dan semenarik mungkin sehingga memiliki diferensiasi kualitas dengan produk-produk pesaing, hasil produk yang ditawarkan memiliki kelebihan atau ciri khas tersendiri. Untuk produk tradisional, tetap mem-pertahankan ciri khas lokal Sulawesi Selatan. Dari aspek harga, usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/ penerbitan, dan kuliner harga yang ditawarkan sudah disesuaikan dengan target pasar utama yaitu masyarakat setempat (anak-anak – dewasa) dan warga pendatang (wisatawan).

Harga produk usaha relatif terjangkau. Dari aspek lokasi dan distribusi, lokasi penjualan usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner berada di tengah kota, sekitar kampus, perkantoran, dan objek wisata. Hal yang paling mendukung adalah usaha UMKM tersebut adalah adanya fasilitas area Pasar Kuliner Parepare dan Pasar Jompie yang difasilitasi oleh pemerintah kota setempat sebagai pusat UMKM. Untuk saluran distribusi produk usaha lebih banyak dilakukan secara langsung, ada juga sebagai unit usaha yang menitipkan produknya di toko-toko atau outlet lainnya, Salain itu, sebagian unit usaha sudah menggunakan media sosial baik dengan media sosial pribadi maupun dengan paltform *E-commerce* sebagai sarana untuk membantu meningkatkan volume penjualan. Dan, dari aspek promosi, usaha kerajinan

tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner untuk meningkatkan volume penjualan produk usaha, telah melakukan promosi baik secara konvesioanl (menyebarkan pamflet, brosura, memasang spanduk) maupun melalui media online (media sosial pribadi dan platform *E-commerce*), 40% usaha tersebut sudah menggunakan media online sebagai sarana promosi dan 60% baru berencana akan memanfaatkan media online. dalah salah satu cara yang harus digunakan para pelaku usaha. Berdasarkan keempat aspek pasar dan pemasaran, semua jenis usaha memenuni kriteria kelayakan investasi.

d. Aspek Keuangan

Analisis kriteria kelayakan aspek finansial bertujuan untuk menentukan kelayakan suatu usaha dari sisi keuangan dengan memperhitungkan nilai waktu dari uang (time value of money). Adapun analisis kriteria kelayakan investasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI). Hasil perhitungan dari analisis kriteria investasi dengen menggunakan nilai rata-rata dari masing-masing jenis usaha yang menjadi fokus penelitian.

Payback Pariod (PP). Metode ini digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi yang ditanamkan bisa kembali. Syarat nilai PP adalah jika payback period lebih besar dari umur ekonomis usaha maka Investasi ditolak, dan jika payback period lebih kecil dari umur ekonomis maka Investasi diterima. Umur ekonomis usaha ditentukan berdasarkan umur ekonomis aset tetap yang digunakan dalam aktifitas usaha yang mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 16, UU Perpajakan dan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 96/PMK.03/2009.

Berdasarkan hasil perhitungan Payback Priod (PP) bahwa rata-rata usaha kerajinan tangan belum mampu menutupi investasi awal yang dikeluarkan. Arus kas bersih yang dihasilkan masih di bawah nilai investasi. Rata-rata usaha kerajinan tangan mampu menutupi nilai investasi awal di tahun kedua ke atas. Artinya, nilai akumulasi pendapatan (arus kas bersih) telah melebihi investasi awal. Khusus untuk usaha kerajinan tangan berskala kecil dan mikro seperti unit usaha cendera mata, miniatur dan aksesoris, arus kasnya mampu melebihi nilai invetasinya rata-rata berkisar pada tahun pertama triwulan keempat. Sedangkan untuk usaha menengah seperti jenis usaha meubel/furnitur, berkisar pada 2-3 tahun.

Rata-rata usaha fesyen/tekstil mampu menutupi nilai investasinya pada tahun kedua, di mana nilai akumulasi arus kas bersih telah melebihi modal awal. Arus kas bersih untuk usaha fesyen/tekstil berskala kecil dan mikro seperti unit usaha jahit perorangan dan aksesoris mampu melebihi nilai modal awalnya rata-rata berkisar pada tahun kedua triwulan pertama (2 tahun 3 bulan). Sedangkan untuk usaha menengah seperti jenis usaha tailor/*hard tailoring*, *houte couter* dan butik berkisar pada tahun kedua triwulan keempat (2 tahun 10 bulan).

Rata-rata percetakan/penerbitan mampu menutupi nilai investasinya pada tahun kedua, di mana nilai akumulasi arus kas bersih (pendapatan) telah melebihi investasi awal. Berdasarkan hasil perhitungan nilai PP rata-rata usaha percetakan/penerbitan, akumulasi arus kas bersihnya menunjukkan nilai yang lebih tinggi melebihi investasi awal, yakni rata-rata berkisar pada tahun kedua triwulan kedua (2 tahun 6 bulan).

Nilai rata-rata Payback Priod untuk usaha kuliner menghasilkan arus kas bersih yang mampu menutupi nilai investasi awal yaitu di tahun kedua ke atas. Dengan kata lain,

nilai akumulasi pendapatan telah melebihi investasi awal. Khusus untuk usaha kuliner berskala kecil dan mikro seperti unit usaha makanan tradisional, arus kas melebihi nilai invetasinya rata-rata berkisar pada tahun pertama triwulan tiga atau empat. Sementara untuk usaha menengah seperti jenis usaha cafe dan restoran, berkisar pada 2 tahun 8 bulanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua unit usaha layak dikembangkan. Kondisi ini didukung oleh masa pengembalian modal rata-rata berada di bahwa umur ekonomis usaha.

Net Present Value (NPV). NPV atau nilai kini manfaat bersih adalah selisih antara total present value keuntungan dengan total present value biaya. Berdasarkan perhitungan terhadap NPV menujukkan bahwa nilai NPV pada kelayakan investasi usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/ penerbitan, dan kuliner bernilai positif atau lebih besar dari nol. Nilai ini menunjukkan keuntungan yang akan diperoleh selama umur ekonomis atau periode usaha yang berdurasi 4 tahun (usaha berskala kecil dan mikro) dan 8 tahun (usaha tangan berskala menengah). Nilai NPV yang positif menandakan usaha memenuhi kelayakan investasi.

Internal Rate of Return (IRR). IRR merupakan tingkat pengembalian usaha terhadap modal yang ditanamkan atau mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Syarat nilai IRR adalah jika IRR lebih besar dari bunga pinjaman (suku bunga deposito rata-rata 7%) maka investasi diterima.

Hasil perhitungan nilai IRR pada kelayakan usaha kerajinan tangan menunjukkan bahwa (1) untuk unit usaha kerajinan tangan berskala kecil dan mikro, rata-rata nilai IRR-nya berkisar 18,25%, (2) untuk unis usaha kerajinan tangan berskala menengah, rata-rata nilai IRR-nya sebesar 25,51%. Nilai IRR atas kelayakan usaha fesyen/tekstil menunjukkan bahwa (1) untuk unit usaha fesyen/tekstil berskala kecil dan mikro, rata-rata nilai IRR-nya berkisar 15,46%, (2) untuk unit usaha fesyen/tekstil erskala menengah, rata-rata nilai IRR-nya sebesar 21,55%. Hasil ini menunjukkan nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 7%. Untuk usaha percetakan/penerbitan menunjukkan bahwa rata-rata nilai IRR adalah berkisar 17,22%. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 7%. Dan, nilai IRR atas semua jenis usaha kuliner menunjukkan bahwa (1) untuk unit usaha beskala kecil dan mikro memiliki rata-rata nilai IRR berkisar 20,25%, (2) untuk unis usaha kuliner berskala menengah, nilai IRR sebesar 28,55%. Berdasarkan kesluruhan nilai tersebut atas masing-masingt bidang usaha menunjukkan bahwa nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 7%, yang berarti bahwa modal yang ditanamkan dalam usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner mempunyai tingkat pengembalian yang lebih menguntungkan dibandingkan melakukan investasi dalam bentuk deposito.

Profitability Index (PI). PI merupakan perbandingan antara present value dari rencana penerimaan kas bersih masa yang akan datang dengan present value dari investasi yang telah dilaksanakan. Dengan ketentuan, jika PI > 1, maka usaha layak dijalankan atau memenuhi kelayakan investasi, dan jika PI < 1, maka tidak layak dijalankan atau memenuhi kelayakan investasi.

Hasil perhitungan menunjukkan rata-rata nilai PI pada kelayakan investasi atas usaha kerajinan tangan menunjukkan bahwa (1) nilai PI untuk usaha kerajinan tangan berskala kecil dan mikro sebesar 1,33 kali, (2) untuk usaha kerajinan tangan berskala menengah,

nilai PI sebesar 2,50 kali. Untuk hasil perhitungan nilai PI pada kelayakan investasi atas usaha fesyen/tekstil menunjukkan bahwa (1) nilai PI untuk usaha fesyen/tekstil berskala kecil dan mikro sebesar 1,27 kali, (2) untuk usaha fesyen/tekstil berskala menengah, nilai PI sebesar 2,10 kali. Sementara nilai PI pada kelayakan investasi atas usaha percetakan/penerbitan menunjukkan bahwa nilai PI sebesar 1,76 kali. Dan, nilai PI pada kelayakan investasi atas usaha fesyen/tekstil menunjukkan bahwa (1) rata-rata nilai PI untuk usaha kuliner berskala kecil dan mikro sebesar 3,50 kali, (2) untuk usaha kuliner berskala menengah, rata-rata nilai PI sebesar 5,1 kali. Hasil nilai PI masing-masing bidang usaha menunjukkan bahwa rata-rata nilai PI lebih besar dari 1 (jika nilai PI lebih besar dari 1 maka usaha tersbut layak untuk dijalankan dan sebaliknya jika nilai PI kurang dari 1 maka usaha tersebut dinyatakan tidak layak). Dengan demikian, hal tersebet menandakan bahwa semua unit usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner sudah memenuhi kelayakan investasi.

4. Penutup

Berdasarkan hasil dan pembahasan, diperoleh kesimpulan mengenai kelayakan bisnis sebagai dasar pemenuhan kelayakan investasi berbasis ekonomi kreatif dengan jenis usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner. Dari aspek teknis dan teknologi yang meliputi aspek lokasi usaha, luas produksi (bahan baku, tenaga kerja) dan fasilitas produksi (teknologi) pada usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner membahas mengenai tata kelola mulai dari lokasi produksi, luas produksi berdasarkan bahan baku dan tenaga kerja, dan peralatan yang digunakan menunjukkan bahwa aspek teknologi dalam proses produksi sudah layak dan memenuhi kriteria kelayakan investasi.

Dari aspek pasar dan pemasaran yang meliputi analisis segmentasi pasar, target pasar, bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Dari segmentasi pasar baik secara geografis, demografis maupun psikiografik, lokasi pasar usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner yang menjadi responden penelitian tersebar di beberapa lokasi yang sangat strategis kerena berada di area padat rumah dan perkantoran, kepadatan jumlah penduduk, dekat kawasan objek wisata, jalur lintas berbagai daerah, dan pasar. Untuk target pasar usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner adalah masyarakat setempat (pelajar/ mahasiswa, pegawai dan wiraswasta) dan para pendatang (wisatawan) dari berbagai daerah yang berkunjung di Kota Parepare. Sementara strategi pemasaran yang digunakan dalam bauran pemasaran adalah produk, harga, lokasi/distribusi, dan promosi. Dari segi produk masing-masing usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/penerbitan, dan kuliner dibuat sebaik dan semenarik mungkin sehingga memiliki diferensiasi kualitas dengan produk-produk pesaing, hasil produk yang ditawarkan memiliki kelebihan atau ciri khas tersendiri. Harga produk usaha relatif terjangkau. Hal yang paling mendukung adalah usaha UMKM tersebut adalah adanya fasilitas area Pasar Kuliner Parepare dan Pasar Jompie yang difasilitasi oleh pemerintah kota setempat sebagai pusat UMKM. Untuk saluran distribusi produk usaha lebih banyak dilakukan secara langsung, ada juga sebagai unit usaha yang menitipkan produknya di toko-toko atau outlet lainnya. Sebagian unit usaha sudah menggunakan media sosial baik dengan media sosial pribadi maupun dengan paltform *E-commerce* sebagai sarana promosi dan membantu meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan aspek keuangan yang mengacu pada nilai *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) bahwa Nilai Payback Period (PP) usaha kerajinan tangan, fesyen/tekstil, percetakan/ penerbitan, dan kuliner mampu menutupi nilai investasi awal di tahun kedua ke atas. Artinya, nilai akumulasi pendapatan (arus kas bersih) telah melebihi investasi awal. Khusus untuk unit usaha kerajinan tangan dan kuliner yang berskala mikro dan kecil, arus kas bersihnya dapat menutupi nilai investaasi awal pada tahun pertama triwulan tiga dan empat. Nilai *Net Present Value* (NPV) untuk masing-masing usaha bernilai positif atau lebih besar dari nol. Nilai ini menunjukkan keuntungan yang akan diperoleh selama umur ekonomis atau periode usaha yang berdurasi 4 tahun (usaha berskala kecil dan mikro) dan 8 tahun (usaha tangan berskala menengah). Nilai *Internal Rate of Return* (IRR) atas masing-masing usaha lebih besar dari tingkat suku bunga deposito yang ditetapkan sebesar 7%, yang menunjukkan bahwa unit usaha mempunyai tingkat pengembalian yang lebih menguntungkan dibandingkan melakukan investasi dalam bentuk deposito. Sementara untuk nilai Profitability Index (PI penerimaan kas bersih lebih besar dari 1 kali. Jika nilai PI yang lerbih dari 1 maka usaha tersebut layak untuk dijalankan. Dengan demikian, semua unit usaha memenuhi kriteria kelayakan investasi.

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari adanya keterbatasan yang dapat mengurangi kualitas data hasil penelitian. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya menekankan pada aspek-aspek kelayakan tertentu yang peneliti anggap relevan dengan unit analisis penelitian, yakni aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran serta aspek keuangan. Penelitian ini hanya terbatas pada lima bidang usaha yang terdiri dari dua puluh lima jenis usaha. Sementara di Kota Parepare masih banyak bidang usaha sektor UMKM yang berkontrisi terhadap perekonomian Kota Parepare. Penelitian ini tidak berfokus pada satu unit usaha, sehingga tidak melakukan pendalaman lebih spesifik terhadap setiap unit usaha. Responden atau informan dalam penelitian ini hanya terbatas pada pemilik atau kuasa pemilik saja.

Mengacu pada kesimpulan dan keterbatasan penelitian, direkomendasikan beberapa saran yaitu untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan aspek-aspek kelayakan seperti aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek eksternalitas. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan perluasan unit analisis dengan bidang usaha yang lain. Untuk melakukan pendalaman informasi unit usaha, peneliti dapat mempertimbangkan wilayah penelitian pada satu unit usaha saja. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan responden tidak hanya pada pemilik atau kuasa pemilik, tetapi juga karyawan di bidang masing-masing. Untuk pengambil kebijakan, pihak manejemen usaha UMKM dapat dijadikan sebagai pedoman pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif dalam mengoptimalkan potensinya usahnya, bagi masyarakat terutama investor/pemodal atau kreditor dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat mendorong pengambilan keputusan untuk ikut serta secara langsung dalam kegiatan pengembangan investasi berbasis ekonomi kreatif, dan bagi pemerintah Kota Parepare khususnya Dinas yang membidangi pengembangan UMKM dapat dijadikan pedoman kebijakan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif, dalam upaya menjadikan ekonomi kreatif sebagai unit ekonomi yang tangguh dan berdaya saing tinggi

Referensi

Agyapong, D. "*Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis of Related Literature*", International Journal of Business and Management Vol.5 No.12, Desember 2010.

Karim, Zaky Abdul dkk. "*Analisis Kelayakan Investasi Workshop Inglorious Cloth Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial di Kota Bandung*". E-Proceeding of Engineering Vol.2 No.2, Agustus 2015.

Kristanto dkk. "*Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Keuangan Produk Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Distro "Powernoise Merch") Kabupaten Malang*". Jurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol.8 No.9, Februari 2019

Kuswanto, Dedy & Yurida Ekawati. "*Perancangan Usaha dan Analisis Kelayakan Usaha Pada Bisnis Digital Printing CV. Adimas Putera*". Symbol Vol. 1 No.1, Juli 2014.

"Produk Domestik Regional Bruto Kota Parepare Menurut Lapangan Usaha 2016-2020", *Situs Resmi Badan Pusat Statistik Parepare*, https://pareparekota.bps.go.id/publication/2021/04/05/ef3b59a82b46f0d8e31ba5a3/produk-domestik-regional-bruto-kota-parepare-menurut-lapangan-usaha-2016-2020.html (3 Juli 2021).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatuf dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2012).

Sutrisno, Hadi. *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: UGMPress,1997).

Tambunan, Tulus TH. "*Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia*". Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis, 26 Mei 2012.

Wiagustini dkk. "*Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Denpasar*". Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol.10 No.2, Agustus 2017.