

**ANALISIS BISNIS MODIFIKASI KONTAINER
DI KOTA PADANG (*CM STUDIO*)**

**Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Baiturrahmah**



Disusun oleh:

TAZKIA QALBINA DARASS

2110070540013

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG**

2025

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Final Project, Agustus 2025

Tazkia Qalbina Darass

ANALISIS BISNIS MODIFIKASI KONTAINER (*CM STUDIO*)

x + 69 Halaman + 13 Tabel + 5 Gambar + 42 Lampiran

ABSTRAK

Analisis bisnis ini mengkaji kelayakan bisnis modifikasi kontainer di Kota Padang melalui analisis aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi kepatuhan hukum, potensi pasar dan strategi pemasaran, efisiensi teknis dan operasional, manajemen organisasi, serta kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan sosial ekonomi sekitar. Analisis finansial mencakup estimasi perhitungan modal awal sebesar Rp 360.063.483 dengan modal kerja Rp 241.498.483, Harga Pokok Produksi *tiny house* 20ft Rp 50 396 600 per-unit, dengan harga jualnya Rp 61.000.000 per-unit, proyeksi penjualan 48 unit pertahun menghasilkan laba bersih sebesar Rp 134.708.200. Perhitungan *Net Present Value* (NPV) menunjukkan hasil positif yaitu Rp 180.718.554, *Internal Rate of Return* (IRR) mencapai 30,7%, titik impas dalam proyeksi *Break Even Point* (BEP) Adalah jika dapat menjual produk sebanyak 36 unit, dan *Payback Period* (PP) investasi bisnis *CM Studio* Adalah 2 tahun 4 bulan. Hasil menunjukkan CM Studio memiliki potensi yang tinggi dan layak dijalankan, karena proyeksi aspek finansial positif, dan memberikan nilai tambah ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Kata kunci: Analisis Bisnis, Modifikasi Kontainer

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

BAITURRAHMAH UNIVERSITY

Final Project, August 2025

Tazkia Qalbina Darass

BUSINESS ANALYSIS OF CONTAINER MODIFICATION (CM STUDIO)

x + 69 Pages + 13 Tables + 5 Figures + 42 Appendices

ABSTRACT

This business analysis examines the feasibility of a container modification enterprise in Padang City through both non-financial and financial aspects. The non-financial analysis includes legal compliance, market potential and marketing strategies, technical and operational efficiency, organizational management, and contributions to environmental sustainability and socio-economic empowerment. The financial analysis estimates an initial capital requirement of IDR 360,063,483 with working capital of IDR 241,498,483. The cost of goods sold for a 20ft tiny house unit is IDR 50,396,600, with a selling price of IDR 61,000,000 per unit. Projected annual sales of 48 units yield a net profit of IDR 134,708,200. The Net Present Value (NPV) calculation shows a positive result of IDR 180,718,554, with an Internal Rate of Return (IRR) of 30.7%. The Break Even Point (BEP) is achieved by selling 36 units, and the Payback Period (PP) for CM Studio's business investment is 2 years and 4 months. The results indicate that CM Studio has high potential and is feasible to operate, given the positive financial projections and its added economic, social, and environmental value.

Keywords: Business Analysis, Container Modification

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS BINIS MODIFIKASI KONTAINER DI KOTA
PADANG (*CM STUDIO*)

Nama : Tazkia Qalbina Darass

NPM : 2110070540013

Program Studi : Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui, dan dipertahankan di hadapan tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Agustus 2025.

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Harry Wahyudi, Ph.D

NIDN :1007046401

**Howardi Visza Adha, S.E,
BBA (HONS), MM**

NIDN : 1015078904

PENGESAHAN

DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Dr. Yefri Reswita, S.E.,M.Si.,Akt

NIDN : 1027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS BINIS MODIFIKASI KONTAINER DI KOTA
PADANG (*CM STUDIO*)

Nama : Tazkia Qalbina Darass

NPM : 2110070540013

Program Studi : Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui, dan dipertahankan di hadapan tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Agustus 2025.

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Harry Wahyudi, Ph.D

NIDN :1007046401

**Howardi Visza Adha, S.E,
BBA (HONS), MM**

NIDN : 1015078904

Pengesahan

Ketua Program Studi Kewirausahaan

David Malik,S.E.,MBA

NIDN : 1006077901

PENGESAHAN TIM PENGUJI

NAMA : Tazkia Qalbina Darass

NPM : 2110070540013

Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi

Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Baiturrahmah

Dengan Judul:

ANALISIS BINIS MODIFIKASI KONTAINER DI KOTA PADANG (*CM Studio*)

Padang, 11/11/2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

- | | | | |
|------------------|---|---|---------|
| 1. Ketua | : | David Malik, S.E, MBA | 1. |
| 2. Penguji I | : | Nanda, S.E, M.M | 2. |
| 3. Penguji II | : | MyaYuwanita Suhandu,
SE, MM | 3. |
| 4. Pembimbing I | : | Harry Wahyudi, Ph.D | 4. |
| 5. Pembimbing II | : | Howardi Visza Adha,
S.E, BBA (HONS), M.M | 5. |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Tazkia Qalbina Darass

Tempat/ Tanggal Lahir : Padang Pariaman, 16 Maret 2003

Jenis Kelamin : Perempuan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Kewirausahaan

Agama : Islam

Nama Ayah : Assaidul Akram

Nama Ibu : Dar'il Mafsad

Alamat : Komp. Giri Harja Endah Blok D No.14,
Kel. Jelesong, Kec. Baleendah, Kab. Bandung,
Jawa Barat

RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN MANGGAHANG 02 : Lulus Tahun 2015

SMP NEGERI 2 BALEENDAH : Lulus Tahun 2018

SMK NEGERI 7 BALEENDAH : Lulus Tahun 2021

Universitas Baiturrahmah : Lulus Tahun 2025

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah memberikan hikmah (ilmu pengetahuan) kepada siapa yang dikehendaknya dan barang siapa yang diberi hikmah (ilmu pengetahuan) sesungguhnya telah diberi kebijakan yang banyak dan tak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang berakal.

(Q.S Al-Baqarah : 269)

Ya Allah Ya Rabb,

Terimakasih atas nikmat dan kehendak-Mu, telah memberikan kesehatan, kesempatan, pengalaman berharga, dan telah mempermudah segala urusanku untuk menyelesaikan final project ini. Segala Puji bagi-Mu Ya Rabb.

Allhamdulillah rabbi'l'alam...

Syukurku tak henti-hentinya kupersembahkan kepada Allah SWT atas takdir-Mu yang telah menjadikanku manusia yang berilmu. Ridhoilah ilmu yang kudapat dan gelar sarjanaku. Sholawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW, atas perjuangan-Mu sehingga umatmu bisa menikmati kehidupan ini.

Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tua, keluarga besar, dan orang-orang yang selalu memberi dukungan selama menempuh pendidikan.

Untuk Orang Tua Tersayang

Untuk orang tua ku, papa dan mama tercinta terimakasih atas doa yang tak pernah terhenti, kasih sayang, serta kesabaran yang selalu kalian berikan. Terutama mama, yang selalu menjadi sumber kekuatan disaat lelah, setiap doa mu adalah cahaya yang menuntun langkah ku hingga mencapai titik ini, setiap tetes keringat mu adalah alasan ku mampu bertahan sampai tahap ini. Terimakasih atas segala kerja keras dan keteguhan hati demi masa depan anak mu ini. Skripsi ini ku persembahkan dengan penuh hormat dan kebanggaanku kepada orang tua tercinta.

Untuk Keluarga Besar

Terimakasih untuk do'a dan dukungannya, terutama aa, ama, angah, uda ari, bang diki, kak ii, dan semua keluarga yang tidak bisa disebutkan namanya satu-per-satu, semoga kesehatan dan kebahagiaan selalu menyertai.

Untuk Dosen Pembimbing

Teristimewa Bapak Harry Wahyudi, Ph.D dan Bapak Howardi Visza Adha, S.E, BBA (HONS), M.M, yang telah membimbing dalam menyusun *final project* ini.

Terimakasih telah menjadi orang tua kedua di kampus, semoga ilmu dan pengalaman yang bapak berikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Untuk Para Sahabatku

Untuk sahabat-sahabatku dari SMK, Kokom, Jono, Sawa, Pakrul, terimakasih karena selalu mendukung dan sudah bersedia menjadi tempat nyaman untuk bercerita dan *sambat* semua hal, mulai dari peneliti masih menjadi mahasiswa baru sampai sudah wisuda. Tidak lupa, untuk kakak dan abang “*satwa lepas kandang*” yang menemani peneliti 24/7 diakhir masa perkuliahan hingga wisuda, dan sudah membantu peneliti untuk berkembang, memberikan kesempatan dan kepercayaan dalam *menghandle creative activity* di *project event* sebagai *3D Visualizer* dan *Graphic Designer*, terimakasih *n see u on top*.

Untuk teman-teman sekelas di perkuliahan, terutama untuk Nai, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu-per-satu, terimakasih sudah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliah ini. Mulai dari mengajukan judul, proses penyusunan *final project*, seminar proposal, ujian komprehensif, yudisium, hingga wisuda. Bersama kalian perjalanan ini terasa lebih ringan karena adanya dukungan, semangat dan kebersamaan yang kita bagi, semoga perjuangan yang telah kita lalui menjadi kenangan berharga dan awal menuju kesuksesan berikutnya.

Untuk Diriku Sendiri

Terimakasih sudah bertahan dalam setiap lelah, tidak menyerah saat ingin berhenti, selalu berani melangkah, bangkit setelah jatuh, dan tidak pernah berhenti meski sering diragukan.

Motto

“Starting is scary, but not starting is even scarier. So, do it scared”

Salam

Tazkia Qalbina Darass

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tazkia Qalbina Darass

Npm : 2110070540013

Program Studi : Kewirausahaan

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : **ANALISIS BISNIS MODIFIKASI KONTAINER DI KOTA PADANG (*CM STUDIO*)**

Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah diterapkan.

Padang, November 2025

Tazkia Qalbina Darass

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan Final Project yang berjudul “Analisis Bisnis Modifikasi Kontainer Di Kota Padang (*CM Studio*)”.

Final Project ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan Program Studi Sarja Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Harry Wahyudi, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Howardi Visza Adha, S.E., BBA (Hons)., MM selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Final Project ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
2. Ibu Tilawatil Ciseta Yoda, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
3. Bapak Harry Wahyudi, Ph.D. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
4. Ibu Rina Febriani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
5. Bapak David Malik, S.E, MBA selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.

6. Bapak dan Ibu Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang yang sudah memberikan ilmu pengetahuan.
7. Teristimewa untuk orangtua dan keluarga yang telah memberikan dukungan, dan do'a kepada penulis dalam menggapai cita-cita.
8. Tidak lupa juga untuk teman-teman yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan Final Project.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan Final Project ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat dibutuhkan sehingga penulis dapat memperbaiki analisis bisnis ini serta demi kesempurnaan penelitian selanjutnya. Penulis mengharapkan semoga proposal studi kelayakan ini dapat diambil hikmahnya dan manfaatnya sehingga dapat menambah ilmu dan inspirasi bagi pembaca di kemudian hari.

Padang, 15 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR GRAFIK	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Analisis Bisnis	9
1.4. Manfaat Analisis Bisnis	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	11
2.2. Modifikasi Kontainer	12
2.2.1. <i>Container House</i>	14
2.2.2. Kos, Rusun, Hotel Kontainer	15
2.2.3. <i>Container Café</i>	15
2.2.4. <i>Container Office</i>	16
2.2.5. <i>Container Store</i>	16
2.2.6. Infrastruktur Publik Kontainer	16
2.3. Aspek - Aspek Analisis Bisnis	16
2.3.1. Aspek Hukum	17
2.3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran	17
2.3.3. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia	18
2.3.4. Aspek Lingkungan	18

2.3.5. Aspek Sosial dan Ekonomi	19
2.3.6. Aspek Finansial	19
BAB III METODOLOGI	20
3.1. Lokasi Kegiatan	20
3.2. Jenis dan Sumber Data	21
3.3. Analisis Kelayakan Aspek Non Finansial	22
3.3.1. Aspek Hukum	22
3.3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran	25
3.3.3. Aspek Teknis atau Operasional	29
3.3.4. Aspek Manajemen SDM dan Organisasi	30
3.3.5. Aspek Lingkungan	31
3.3.6. Aspek Sosial dan Ekonomi	31
3.4. Analisis Kelayakan Aspek Finansial	32
3.4.1. Rencana Anggaran Biaya (RAB)	32
3.4.2. Harga Pokok Penjualan (HPP)	33
3.4.3. Laba Rugi	33
3.4.4. <i>Net Present Value</i> (NPV)	34
3.4.5. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	34
3.4.6. <i>Break Event Point</i> (BEP)	35
3.4.7. <i>Payback Period</i> (PP)	35
BAB IV HASIL STUDI DAN KELAYAKAN	36
4.1. Gambaran Umum <i>CM Studio (Container Modification Studio)</i>	36
4.2. Aspek Non Finansial	38
4.2.1. Aspek Hukum	38
4.2.2. Aspek Pasar dan Pemasaran	42
4.2.3. Aspek Teknis atau Operasional	49

4.2.4.	Aspek Manajemen dan Organisasi.....	52
4.2.5.	Aspek Lingkungan	56
4.2.6.	Aspek Sosial dan Ekonomi	56
4.3.	Aspek Finansial.....	57
4.3.1.	Rencana Anggaran Biaya (RAB).....	57
4.3.2.	Harga Pokok Produksi (HPP)	60
4.3.3.	Laba Rugi	62
4.3.4.	<i>Net Present Value</i> (NPV).....	62
4.3.5.	<i>Internal Rate Of Return</i> (IRR)	63
4.3.6.	<i>Break Event Point</i> (BEP)	63
4.3.7.	<i>Payback Period</i> (PP).....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Modifikasi Kontainer.....	6
Gambar 1.2 <i>Project Cafe Container</i> PT BCC	7
Gambar 2.1 <i>Module Container</i>	12
Gambar 3.1 Lokasi Kegiatan Bisnis	20
Gambar 4.1 Logo <i>CM Studio</i>	36

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan IHPR Triwulan 1 2024.....	2
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2	2
Tabel 1.3	3
Tabel 2.1	13
Tabel 4.1	48
Tabel 4.2	57
Tabel 4.3	58
Tabel 4.4	59
Tabel 4.5	59
Tabel 4.6	60
Tabel 4.7	62
Tabel 4.8	63
Tabel 4.9	64
Tabel 4.10	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	71
Lampiran 2	74
Lampiran 3	75
Lampiran 4	76
Lampiran 5	76
Lampiran 6	77
Lampiran 7	77
Lampiran 8	78
Lampiran 9	79
Lampiran 10	79
Lampiran 11	80
Lampiran 12	80
Lampiran 13	81
Lampiran 14	81
Lampiran 15	82
Lampiran 16	82
Lampiran 17	83
Lampiran 18	83
Lampiran 19	84
Lampiran 20	85
Lampiran 21	86
Lampiran 22	87
Lampiran 23	88

Lampiran 24	88
Lampiran 25	89
Lampiran 26	89
Lampiran 27	90
Lampiran 28	90
Lampiran 29	91
Lampiran 30	91
Lampiran 31	92
Lampiran 32	92
Lampiran 33	93
Lampiran 34	93
Lampiran 35	94
Lampiran 36	95
Lampiran 37	95
Lampiran 38	95
Lampiran 39	97
Lampiran 40	97
Lampiran 41	98
Lampiran 42	98

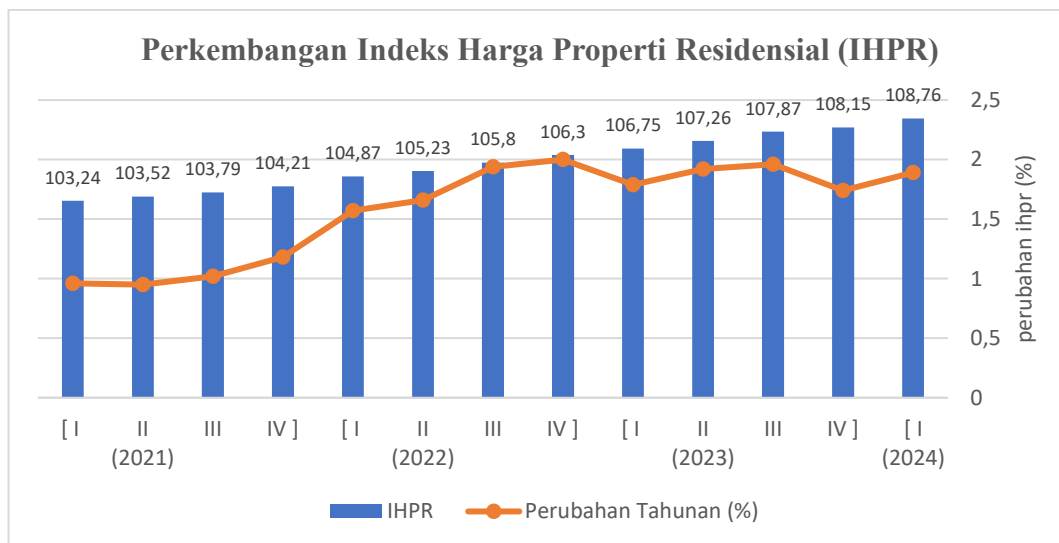
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu kebutuhan utama bagi manusia yang harus dipenuhi adalah tempat tinggal. Tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, disamping pangan dan sandang. Berdasarkan Undang-Undang Dasar RI tahun 1945 dalam Rosa (2016), setiap orang memiliki hak untuk hidup sejahtera, baik secara lahir maupun batin, memiliki tempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Artinya, setiap masyarakat Indonesia berhak memiliki tempat tinggal dan lingkungan hidup yang layak dan sehat serta memiliki akses ke tempat tinggal yang layak dalam lingkup yang aman.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami kenaikan harga bangunan tempat tinggal yang signifikan, terutama di daerah-daerah perkotaan. Fenomena ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengaruh ekonomi makro seperti inflasi dan suku bunga, meningkatnya permintaan akan hunian, keterbatasan lahan, serta kenaikan harga bahan atau material bangunan. Kenaikan harga bahan atau material ini dapat dilihat dari data BPS Persentase Perubahan dan Andil Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) Menurut Bahan Bangunan/Konstruksi di Indonesia (2023=100), Januari 2025 pada tabel 1.1 dalam lampiran halaman 71, kenaikan harga bahan bangunan/konstruksi ini berpengaruh pada harga bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal. Tren kenaikan harga tempat tinggal di Indonesia terekam dalam Survei Harga Properti Residensial (SHPR) Triwulan I 2024 yang dilakukan Bank Indonesia.



Grafik 1.1 Perkembangan IHPR Triwulan I 2024

Sumber: Bank Indonesia

Dari grafik tersebut dapat dilihat, Hasil Survei Harga Properti Residensial (SHPR) Bank Indonesia menunjukkan bahwa harga properti residensial di pasar primer terus mengalami kenaikan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan tahunan Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) pada kuartal I 2024 yang mencapai 1,89% (yoy), meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada kuartal sebelumnya yang tercatat sebesar 1,74% (yoy) (Bank Indonesia, 2024). Kenaikan ini tercermin dari pertumbuhan IHPR di 18 kota yang menjadi indikator survei, pada tabel berikut.

Tabel 1.2

Pertumbuhan IHPR 18 Kota di Indonesia Triwulan I 2022 – Triwulan I 2024

Kota	Pertumbuhan Harga Tahunan (% YOY)								
	2022				2023				2024
	QI	QII	QIII	QIV	QI	QII	QIII	QIV	QI
Bandung	1.65	1.56	1.89	1.76	1.65	1.34	1.02	0.73	0.83
Bandar Lampung	0.29	0.60	1.59	1.59	4.08	3.65	2.49	2.56	0.10
Banjarmasin	0.71	1.15	1.00	0.94	0.62	0.33	0.29	0.70	0.88
Denpasar	1.13	0.74	-0.19	-0.04	-0.08	0.27	0.46	0.43	1.48
Palembang	1.34	1.37	1.57	1.89	1.92	1.44	1.03	1.29	0.95
Semarang	0.33	0.34	0.56	0.63	0.81	0.83	0.74	0.79	0.78
Yogyakarta	3.70	3.61	4.51	4.20	3.41	2.79	1.09	0.77	0.79

Kota	Pertumbuhan Harga Tahunan (% YOY)								
	2022				2023				2024
	QI	QII	QIII	QIV	QI	QII	QIII	QIV	QI
Padang	1.59	0.79	1.36	1.07	0.56	0.69	1.59	1.85	2.27
Medan	2.59	2.49	3.02	2.83	2.15	1.70	1.14	0.86	0.62
Makassar	1.21	1.61	1.74	1.82	1.59	1.66	1.39	1.52	1.34
Manado	3.74	2.38	1.81	0.53	0.53	0.04	-0.06	0.32	0.18
Surabaya	1.06	2.01	2.18	2.25	1.56	1.14	1.15	0.87	0.34
Pontianak	4.07	3.28	3.12	3.27	2.02	0.84	3.00	3.57	4.68
Batam	0.81	1.04	0.95	1.97	2.60	3.57	4.07	4.09	4.58
Balikpapan	2.76	1.66	1.32	2.50	1.99	1.71	1.92	0.78	0.48
Jabodetabek-Banten	1.65	1.64	1.98	2.04	1.84	2.24	2.45	2.56	2.97
Pekanbaru	4.34	2.86	4.55	4.69	4.17	2.70	0.54	0.33	-0.13
Samarinda	0.86	0.81	0.91	0.98	1.02	1.18	0.91	1.07	2.45
Gabungan 18 kota	1.57	1.66	1.94	2.00	1.79	1.92	1.96	1.74	1.89

Sumber: Bank Indonesia

Pertumbuhan IHPR tahunan di 18 kota Indonesia dari tahun 2022 hingga 2024 memperlihatkan adanya peningkatan dan perlambatan yang signifikan. Dari hasil pengamatan terhadap 18 kota, satu kota mengalami penurunan IHPR, delapan kota mengalami perlambatan, dan sembilan kota menunjukkan peningkatan. Salah satu kota yang mencatatkan peningkatan IHPR adalah Kota Padang, tingginya IHPR ini selaras dengan tingginya biaya konstruksi bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal, dapat dilihat dalam data Indeks Kemahalan Konstruksi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2024.

Tabel 1.3
Indeks Kemahalan Konstruksi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2024

No	Kabupaten/Kota	IKK
1	Kabupaten Kepulauan Mentawai	118,65
2	Kabupaten Pesisir Selatan	92,61
3	Kabupaten Solok	94,50
4	Kabupaten Sijunjung	91,18

No	Kabupaten/Kota	IKK
5	Kabupaten Tanah Datar	92,26
6	Kabupaten Padang Pariaman	88,15
7	Kabupaten Agam	90,20
8	Kabupaten Lima Puluh Kota	90,18
9	Kabupaten Pasaman	90,35
10	Kabupaten Solok Selatan	91,49
11	Kabupaten Dharmasraya	91,19
12	Kabupaten Pasaman Barat	94,60
13	Kota Padang	94,36
14	Kota Solok	92,71
15	Kota Sawahlunto	92,19
16	Kota Padang Panjang	90,30
17	Kota Bukittinggi	95,45
18	Kota Payakumbuh	90,32
19	Kota Pariaman	90,87

Sumber: *Badan Pusat Statistik*

Dari data di atas, dapat dilihat Indeks kemahalan konstruksi di Kota Padang pada tahun 2024 cukup tinggi. Tingginya biaya konstruksi dan meningkatnya IHPR ini selain karena dipengaruhi kenaikan harga bahan bangunan, kemungkinan dipicu oleh beberapa faktor ekonomi dan sosial seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, keterbatasan lahan namun kebutuhan dan permintaan akan konstruksi bangunan terus meningkat. Dan tingginya biaya konstruksi bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal ini tidak sebanding dengan Upah Minimum Kota (UMK) Padang, di mana UMK Padang saat ini adalah Rp 2.811.449 per bulan, naik sebesar Rp 68.973 atau 2,52% dari tahun 2023 yaitu Rp. 2.742.476 per bulannya (Kusnadi, 2023). Dengan tidak seimbangnya biaya konstruksi dan harga material bangunan dengan UMK, ditambah faktor-faktor lain seperti biaya hidup yang meningkat, inflasi, program bantuan perumahan yang kurang efektif, dan suku bunga KPR yang fluktuatif semakin memperburuk situasi. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan masyarakat terutama masyarakat kalangan menengah kebawah dan generasi muda

untuk membeli tempat tinggal, serta bagi pelaku UMKM untuk memiliki ruang usaha sendiri semakin terbatas.

Salah satu solusi alternatif dari permasalahan tersebut adalah penggunaan modifikasi kontainer. Febrina dan Pranoto (2018) mengatakan kontainer bekas bisa dijadikan unit dasar dalam perencanaan dan desain bangunan, memungkinkan para perancang untuk dengan kreatif mengubahnya menjadi ruang yang sangat fungsional. Menurut Mardiyanto dalam Febrina dan Pranoto (2018) Beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pemanfaatan kontainer bekas sebagai bahan bangunan yaitu efisiensi biaya, mudah diangkut dan dimodifikasi, kekuatan struktur yang telah teruji, ketahanan terhadap gempa dan bencana, serta kemampuan untuk mengurangi risiko akibat bencana (seperti tertimpa reruntuhan bangunan). Selain itu, penggunaan kontainer juga memungkinkan pengurangan intervensi terhadap lahan yang akan digunakan sebagai lokasi pembangunan.

Dapat dikatakan, modifikasi kontainer ini memiliki banyak keunggulan, termasuk harga yang lebih murah dan perawatan yang rendah, waktu pembangunan yang relatif singkat dibandingkan dengan bangunan konvensional, dan fleksibilitas desain yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi penghuninya. Keunggulan lain dari modifikasi kontainer ini yaitu merupakan *sustainable design* dan mendukung keberlanjutan lingkungan karena menggunakan material kontainer bekas yang didaur ulang menjadi sesuatu yang bernilai kembali, artinya modifikasi kontainer ini menggunakan material yang berkelanjutan dan hemat energi. Febrina dan Pranoto (2018) mengatakan kontainer bekas kemungkinan tidak tergolong sebagai limbah yang mencemari lingkungan, karena dapat dimanfaatkan kembali (*reuse*) atau diolah menjadi bahan lain melalui proses daur ulang (*recycle*).

Dengan demikian, modifikasi kontainer dapat menjadi solusi alternatif yang cukup efektif dalam mengatasi tantangan kepemilikan tempat tinggal bagi generasi muda dan masyarakat kalangan menengah ke bawah. Serta menjadi solusi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan biaya yang lebih rendah dan fleksibilitas tinggi, kontainer yang dimodifikasi dapat diubah menjadi berbagai jenis ruang usaha yang kreatif dan fungsional, seperti *café*, toko/*store*, *office*, kos-kosan, hotel, villa, dsb.



Gambar 1.1 *Modifikasi Kontainer*

Sumber: *Pinterest*

Selain menjadi solusi alternatif dalam kepemilikan tempat tinggal dan ruang usaha, modifikasi kontainer juga dapat menguntungkan secara bisnis. Diungkap dalam laporan (Kompas.com, 2011), pemanfaatan kontainer bekas sebagai hunian, ruang usaha, atau kantor telah berkembang pesat di Indonesia, Ani Mardiani pemilik CV An-Nahl Container di Surabaya mencatat tiap bulannya memperoleh 2 sampai 3 pesanan modifikasi container, dengan omzet mencapai Rp 100 juta per bulan. Sementara Ari Fuad pemilik PT Matraco Widyantara, yang memulai bisnis modifikasi kontainer ini sejak 1998, mengamati bahwa kontainer bekas yang

menumpuk akibat stagnasi perdagangan dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, terutama saat terjadi bencana dan kebutuhan akan bangunan darurat meningkat. Dengan mengamati industri modifikasi kontainer yang sudah dimulai dari tahun 1998, dan masih bertahan dan berkembang sampai saat ini, fenomena ini menunjukkan, bahwa kontainer bekas bukan sekadar limbah industri, tetapi dapat menjadi ide bisnis yang potensial.

Selaras dengan penelitian lanjutan penulis melalui wawancara dan observasi langsung di PT Baskoro Cahya Continindo (PT BCC) yang berlokasi di Marunda, sebagai salah satu pelaku utama dalam industri modifikasi kontainer, PT BCC menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Perusahaan ini tidak hanya berhasil meningkatkan volume produksi dan permintaan, tetapi juga menjalin kerja sama strategis dengan berbagai *brand* UMKM dan pelaku industri F&B (*Food and Beverage*). Kolaborasi tersebut menghasilkan beragam bentuk modifikasi kontainer, mulai dari gerai kopi, booth makanan, hingga toko ritel portabel yang dapat dipindahkan sesuai kebutuhan lokasi.



Gambar 1.2 Project Cafe Container PT BCC

Sumber: Portofolio PT BCC

Oleh karena itu, bisnis modifikasi kontainer ini memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang serta beragam dan merupakan bisnis yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Dengan adanya bisnis ini diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan bagi masyarakat menengah kebawah dan generasi muda yang ingin membeli rumah dengan harga yang terjangkau, serta menjadi solusi bagi pelaku UMKM untuk menekan biaya operasional mereka dalam penyewaan toko dan kantor dengan adanya modifikasi kontainer ini.

Dengan mempertimbangkan potensi tersebut, penulis berinisiatif untuk membangun bisnis modifikasi kontainer dengan nama *brand CM Studio*, yang mengusung slogan “*From CM to Your Dream Space*”, *brand* ini hadir sebagai representasi dari kreativitas, efisiensi, dan keberlanjutan dalam industri konstruksi. *CM Studio* tidak hanya menawarkan solusi tempat tinggal dan ruang usaha yang terjangkau, tetapi juga menghadirkan desain yang fungsional dan tetap memperhatikan estetika, yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup penggunanya. Melalui pendekatan modular dan fleksibel, *CM Studio* bertujuan untuk menjadi pionir dalam modifikasi kontainer yang dapat menghadirkan ruang-ruang impian sesuai dengan karakter dan kebutuhan konsumen. Dengan menggabungkan prinsip desain inovatif, efisiensi biaya, dan kepedulian terhadap lingkungan, *CM Studio* diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam menjawab tantangan tingginya harga bangunan konvensional dan biaya konstruksi, serta membuka peluang baru dalam industri konstruksi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana aspek hukum bisnis modifikasi kontainer?
2. Bagaimana aspek pasar dan pemasaran bisnis modifikasi kontainer?
3. Bagaimana aspek teknis dan operasional bisnis modifikasi kontainer?
4. Bagaimana aspek manajemen dan organisasi modifikasi kontainer?
5. Bagaimana aspek lingkungan bisnis modifikasi kontainer?
6. Bagaimana aspek sosial dan ekonomi bisnis modifikasi kontainer?
7. Bagaimana aspek finansial bisnis modifikasi kontainer?

1.3. Tujuan Analisis Bisnis

1. Menganalisis kelayakan bisnis modifikasi kontainer dari berbagai aspek non finansial: hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen organisasi dan SDM, lingkungan, sosial dan ekonomi.
2. Menentukan proyeksi keuntungan dan risiko bisnis melalui analisis aspek finansial seperti RAB, HPP, BEP, PP, NPV, dan IRR untuk memastikan kelayakan investasi.

1.4. Manfaat Analisis Bisnis

1. Bagi penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bisnis modifikasi kontainer dari aspek-aspek analisis bisnis dan mendapatkan pengalaman dalam merancang dan pengembangan bisnis akademik atau profesional.

2. Bagi pengembang usaha

Membuka peluang bisnis yang berpotensi besar di pasar konstruksi alternatif, dengan target pasar yang luas dan permintaan yang terus meningkat.

3. Bagi masyarakat umum

Memberikan solusi tempat tinggal yang terjangkau, berkualitas, dan perawatan yang mudah, khususnya bagi generasi muda dan masyarakat menengah ke bawah, sehingga mereka dapat memiliki hunian dengan lebih mudah.

4. Bagi pelaku UMKM

Menekan biaya operasional dalam penyewaan atau pembangunan ruang usaha melalui modifikasi kontainer yang ekonomis. Dan memberikan inovasi desain ruang usaha yang fleksibel dan fungsional.

5. Bagi lingkungan

Mendukung keberlanjutan lingkungan melalui penggunaan material ramah lingkungan dan teknologi modern dalam konstruksi kontainer.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.2. Modifikasi Kontainer

KBBI Edisi Keempat 2008 dalam Febrina dan Pranoto (2018) menjelaskan kontainer adalah peti atau kotak yang memenuhi persyaratan teknis sesuai dengan *International Organization for Standardization* (ISO) sebagai alat atau perangkat pengangkutan barang yang bisa digunakan diberbagai moda, mulai dari moda jalan dengan truk peti kemas, kereta api dan kapal peti kemas laut. Nurkamdani dalam Febrina dan Pranoto (2018) mengatakan kontainer berbahan baja (*steel*) memiliki ukuran yang cukup besar dengan panjang berkisar antara 6 hingga 12 meter, lebar 2,5 meter, dan tinggi 2,5 meter. Kontainer kapal atau *dry cargo container* adalah jenis kontainer yang paling umum digunakan, terdiri dari dua jenis ukuran yaitu 20 kaki dan 40 kaki.



Gambar 2.1 *Module Container*

Sumber: <http://www.transportationinformationservice.com>

Tabel 2.1
Daftar Ukuran Dry Cargo Container

<i>Type</i>	<i>Exterior</i>			<i>Interior</i>			<i>Weight</i>			<i>Door opening</i>	
	<i>Lenght</i>	<i>Width</i>	<i>Height</i>	<i>Lenght</i>	<i>Width</i>	<i>Height</i>	<i>Gross Weight</i>	<i>Tare Weight</i>	<i>Net Weight</i>	<i>Width</i>	<i>Height</i>
20'	20'-0"	8'-0"	8'-6"	19'-4 13/16"	7'-8 19/32"	7'-9 57/64"	52,910 lb	5,140 lb	47,770 lb	7'-8 1/8"	7'-5 3/4"
							67,200 lb	5,290 lb	61,910 lb		
	6.058 m	2.438 m	2.591 m	5.898 m	2.352 m	2.385 m	24,000 kg	2,330 kg	21,670 kg	2.343 m	2.280 m
							30,480 kg	2,400 kg	28,080 kg		
40'	40'-0"	8'-0"	8'-6"	39'-5 45/64"	7'-8 19/32"	7'-9 57/64"	67,200 lb	8,820 lb	58,380 lb	7'-8 1/8"	7'-5 3/4"
	12.192 m	2.438 m	2.591 m	12.032 m	2.352 m	2.385 m	30,480 kg	4,000 kg	26,480 kg	2.343 m	2.280 m
40' Hi-Cube	40'-0"	8'-0"	9'-6"	39'-5 45/64"	7'-8 19/32"	8'-9 15/16"	67,200 lb	9,260 lb	57,940 lb	7'-8 1/8"	8'-5 49/64"
	12.192 m	2.438 m	2.896 m	12.032 m	2.352 m	2.69 m	30,480 kg	4,200 kg	26,280 kg	2.343 m	2.585 m
45' Hi-Cube	45'-0"	8'-0"	9'-6"	44'-5 7/10"	7'-8 19/32"	8'-10 17/64"	67,200 lb	10,858 lb	56,342 lb	7'-8 1/8"	8'-5 49/64"
							71,650 lb	10,360 lb	61,290 lb		
	13.716 m	2.438 m	2.896 m	13.556 m	2.352 m	2.698 m	30,480 kg	4,870 kg	25,610 kg	2.343 m	2.585 m
							32,500 kg	4,700 kg	27,800 kg		

Sumber: <http://www.transportationinformationservice.com>

Kontainer ini dapat ditumpuk hingga 12 susunan dan memiliki kekuatan dan ketahanan tinggi (Febrina & Pranoto, 2018). Tidak hanya berfungsi untuk menyimpan barang yang akan didistribusikan, kontainer juga dapat dimanfaatkan sebagai material bangunan. Menurut Febrina dan Pranoto (2018) penggunaan ulang kontainer bekas yang merupakan limbah industri dengan jumlah yang berlimpah dianggap “harta karun” yang perlu dimanfaatkan, dan pemanfaatan ulang tanpa mengubah bentuk aslinya dengan memberikan fungsi baru atau *refunction* ini dapat dikatakan *energy saving*.

Dengan memanfaatkan ulang kontainer bekas yang dimodifikasi dapat menjadi solusi alternatif sebagai tempat tinggal atau ruang usaha yang kekuatannya sudah diuji ramah gempa/bencana dengan harga terjangkau dan perawatan yang rendah, serta waktu pembangunan yang lebih singkat dibandingkan dengan konstruksi konvensional. Modifikasi kontainer juga menawarkan fleksibilitas desain yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi penggunanya karena menggunakan material kontainer mudah dimodifikasi dan modular. Modifikasi kontainer ini dapat dimodifikasi menjadi beberapa jenis bangunan, seperti tempat tinggal (rumah, kos, rusun, dsb), kantor, toko, infrastruktur publik, dan lainnya.

2.2.1. Container House

Container House (rumah kontainer) adalah tempat tinggal yang dibuat dengan memodifikasi kontainer bekas menjadi tempat tinggal. Keunggulan *container house* meliputi biaya pembangunan dan perawatan yang lebih rendah dibanding rumah konvensional, serta mudah dipindahkan karena kontainer ini memiliki sifat yang fleksibel dan *portable*.

2.2.2. Kos, Rusun, Hotel Kontainer

Kos kontainer adalah solusi tempat tinggal sementara yang memanfaatkan kontainer bekas sebagai unit kamar untuk disewakan. Konsep ini menawarkan kepraktisan dan efisiensi penggunaan lahan karena menggunakan material kontainer bekas yang mudah dimodifikasi sesuai kebutuhan dan dapat dipindahkan jika diperlukan.

Rumah Susun (Rusun) adalah bangunan bertingkat yang terdiri dari unit-unit hunian yang disusun secara vertikal, tujuannya untuk menyediakan perumahan yang terjangkau di area dengan keterbatasan lahan. Rusun ini tidak selalu berbentuk bangunan konvensional, bisa juga menggunakan material kontainer untuk mempercepat waktu konstruksi dan efisiensi biaya. Selain itu, kontainer ini memiliki ISO dan sudah diuji ramah gempa, sehingga bisa meminimalisir terjadinya resiko seperti bangunan roboh.

Hotel kontainer adalah akomodasi yang dibangun dengan memodifikasi kontainer menjadi kamar hotel. Salah satu contoh adalah konsep “Snozeebox” di Hackney, London, yang menawarkan 44 kamar hotel dan 79 unit kantor dari kontainer. Setiap kamar hotel dapat menampung hingga dua orang dewasa dan seorang anak, serta dilengkapi kamar mandi dalam.

2.2.3. *Container Café*

Container café adalah kafe yang menggunakan kontainer sebagai material utamanya. Modifikasi kontainer sering digunakan untuk kafe karena memiliki tampilan yang unik dan modern, serta memungkinkan untuk mengoptimalkan penggunaan ruang, karena kontainer memiliki keunggulan modular yang dapat diperluas untuk memberikan ruang tambahan saat dibutuhkan.

2.2.4. *Container Office*

Container office adalah solusi ruang kerja yang menggunakan kontainer yang dimodifikasi menjadi kantor. Keunggulan dari *container office* termasuk mobilitas yang tinggi, biaya konstruksi yang lebih rendah, dan fleksibilitas dalam desain interior.

2.2.5. *Container Store*

Container store adalah toko yang memanfaatkan kontainer sebagai material utamanya. Desain ini menawarkan pemilik toko untuk memiliki ruang usaha dengan biaya konstruksi yang lebih rendah dan waktu pembangunan yang lebih cepat. Selain itu, toko kontainer dapat dengan mudah dipindahkan ke lokasi lain jika diperlukan.

2.2.6. *Infrastruktur Publik Kontainer*

Penggunaan kontainer dalam infrastruktur publik mencakup berbagai fasilitas seperti toilet umum, pusat informasi, perpustakaan, atau ruang serbaguna yang dibangun dengan menggunakan kontainer. Keuntungan utamanya adalah kecepatan konstruksi, biaya yang lebih rendah, dan fleksibilitas dalam desain serta lokasi penempatan.

2.3. Aspek - Aspek Analisis Bisnis

Untuk melakukan analisis bisnis, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Analisis bisnis dilakukan untuk mengukur peluang bisnis dan mengidentifikasi potensi masalah dalam bisnis, agar usaha yang akan dijalankan dapat bertahan lama dan jauh dari sebuah kerugian.

2.3.1. Aspek Hukum

Menurut Yanuar (2016) aspek hukum mengkaji ketentuan hukum atau legalitas yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha dan memastikan sebuah usaha beroperasi sesuai dengan hukum dan mematuhi semua regulasi yang berlaku. Tanpa legalitas yang memadai, bisnis dapat menghadapi berbagai risiko, seperti tuntutan hukum atau denda akibat ketidakpatuhan terhadap peraturan. Ketidakpatuhan tersebut dapat mengakibatkan penundaan atau pembatalan izin usaha yang berdampak negatif pada operasional bisnis. Secara spesifik analisis aspek hukum bertujuan untuk (Yanuar, 2016):

- a) Menganalisis legalitas usaha yang dijalankan,
- b) Menganalisis ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan,
- c) Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan,
- d) Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman.

2.3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pemasaran adalah tujuan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, membangun hubungan yang kuat dan dekat dengan pelanggan dan sebagai imbalannya memperoleh nilai yang baik dari pelanggan (Kotler & Armstrong dalam Putri & Hadita, 2024). Sedangkan menurut Thamrin dan Tantri dalam Nurjanah (2013) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik

kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Aspek pasar dan pemasaran meliputi beberapa elemen penting yang perlu dianalisis seperti:

1. Peluang pasar dan perkembangan permintaan produk di masa mendatang,
2. Kendala-kendala yang dihadapi seperti keberadaan pesaing
3. Strategi yang dilakukan dalam pemasaran.

Kurangnya analisis yang mendalam terhadap aspek pasar dan pemasaran dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam bersaing dan bertahan di pasar, pemasaran yang kurang efektif juga menyebabkan kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, serta gagal membedakan diri dari pesaing. Maka dari itu, analisis aspek pasar dan pemasaran sangat penting dalam menentukan strategi pemasaran untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

2.3.3. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia didefinisikan sebagai; perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan terkait dengan pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja, dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi secara terpadu (Umar dalam Erliyanti & Yurmaini, 2021). Menurut Nurjanah (2013) aspek manajemen sumber daya manusia sangatlah penting, hal ini dikarenakan setiap bagian manajemen dalam suatu organisasi memiliki keterkaitan dalam pekerjaan.

2.3.4. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan adalah aspek yang menganalisis dampak yang muncul akibat kegiatan atau usaha yang akan dilakukan terhadap lingkungan di sekitar lokasi Perusahaan (Agustin et al., 2024). Lingkungan hidup adalah salah satu aspek penting yang harus diteliti sebelum memulai investasi atau usaha untuk memahami

dampak yang akan ditimbulkan, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, sebelum menjalankan usaha atau proyek, perlu dilakukan studi mengenai dampak lingkungan yang mungkin timbul di masa sekarang maupun mendatang. Studi ini dikenal dengan nama analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL) (Munir et al., 2019).

2.3.5. Aspek Sosial dan Ekonomi

Aspek sosial dan ekonomi menurut Tri et al., (2025) merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor dalam masyarakat yang dapat mempengaruhi kualitas hidup individu dan komunitas. Aspek ini melibatkan penilaian terhadap bagaimana bisnis yang akan dijalankan dapat memengaruhi kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat di sekitarnya, faktor-faktor yang dipertimbangkan meliputi perubahan dalam kesempatan kerja, pendapatan masyarakat, akses terhadap layanan dan fasilitas publik, serta dampak potensial pada hubungan sosial.

2.3.6. Aspek Finansial

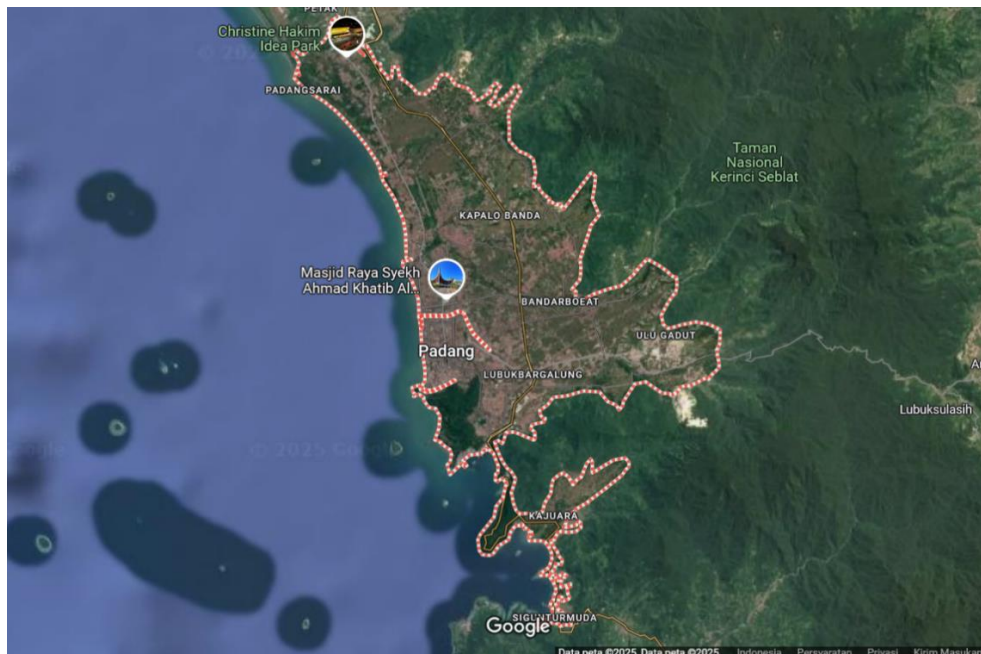
Aspek finansial menurut Kasmir dan Jakfar dalam Yanuar (2016) adalah aspek yang digunakan untuk menilai keseluruhan keuangan Perusahaan. Sedangkan menurut Sofyan dalam Afyah et al., (2015) Aspek finansial ini merupakan proses mengevaluasi dan menentukan nilai keuangan dari berbagai aspek yang dianggap penting berdasarkan keputusan yang diambil dalam tahap analisis usaha. Aspek finansial ini menentukan apakah suatu usaha layak untuk dijalankan dari segi keuangan.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Lokasi Kegiatan

Lokasi pelaksanaan pembuatan bisnis modifikasi kontainer *CM Studio* ini adalah di Kota Padang, Sumatera Barat. Kota Padang dipilih karena memiliki aksesibilitas yang baik, infrastruktur yang memadai, dan pertumbuhan ekonomi yang positif. Terletak di pesisir barat Pulau Sumatra, Padang merupakan kota besar yang memiliki berbagai fasilitas pendukung seperti pelabuhan, bandara, dan jaringan transportasi yang luas, sehingga memudahkan distribusi dan mobilitas modifikasi kontainer. Selain itu, adanya perguruan tinggi dan kawasan industri di sekitar Padang memberikan potensi pasar yang besar untuk penggunaan modifikasi kontainer sebagai hunian, perkantoran, dan ruang komersial lainnya. Hal ini menjadikan Padang sebagai lokasi strategis untuk mengembangkan bisnis modifikasi kontainer.



Gambar 3.1 Lokasi Kegiatan Bisnis
Sumber: google maps

3.2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah suatu hal yang dapat memberikan informasi terkait penelitian yang sedang dilakukan. Data dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, data yang digunakan dalam analisis bisnis ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian, data ini berasal dari sumber asli atau sumber pertama, yaitu responden atau informan yang berhubungan dengan variabel penelitian baik individu maupun kelompok, dan dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, atau pengisian angket (Rukhmana, 2021). Penulis menggunakan berbagai metode untuk mengumpulkan data primer, seperti wawancara, observasi, dan survei. Wawancara adalah metode umum dalam mengumpulkan data primer, di mana peneliti mengajukan pertanyaan langsung kepada responden atau narasumber dan mencatat atau merekam jawaban mereka. Observasi juga merupakan metode efektif, di mana penulis mengamati langsung aktivitas atau kejadian tertentu yang berhubungan dengan variabel penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi yang didapatkan melalui perantara, tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, data ini berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya seperti dokumen, literatur, atau data yang dihimpun oleh pihak lain, mencakup buku, jurnal akademis, artikel, laporan keuangan, dan data sensus yang dihimpun oleh pemerintah (Alir dalam

Rukhmana, 2021). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber. Penulis sendiri menggunakan referensi buku, jurnal akademis, koran atau berita, serta mengumpulkan data sensus yang dihimpun oleh pemerintah untuk mendapatkan data sekunder yang diperlukan.

3.3. Analisis Kelayakan Aspek Non Finansial

Aspek non-finansial mencakup segala hal di luar aspek keuangan, aspek ini meliputi berbagai faktor yang memengaruhi kinerja, budaya, dan operasional organisasi. Pentingnya aspek non-finansial terletak pada dampaknya yang signifikan terhadap kesehatan jangka panjang suatu organisasi. Meskipun tidak dapat diukur langsung, faktor-faktor ini dapat memiliki pengaruh kuat terhadap reputasi, citra merek, kepuasan pelanggan, kinerja karyawan, dan keberlanjutan bisnis. Mengelola aspek non-finansial dengan baik memungkinkan perusahaan membangun budaya positif, mempertahankan karyawan yang berkomitmen, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menciptakan dampak positif dalam masyarakat secara keseluruhan.

3.3.1. Aspek Hukum

Menurut Ramadhona (2021) Aspek hukum meliputi ketentuan hukum atau perizinan yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha, ketentuan hukum untuk jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut, dan otonomi daerah yang menyebabkan ketentuan hukum dan perizinan antara daerah yang satu dengan daerah yang lain berbeda beda. Aspek ini merupakan tahap awal pendirian usaha karena memiliki kekuatan hukum sebagai dasar sebelum perusahaan melakukan kegiatan operasional. Berikut adalah aspek hukum yang menjadi acuan dalam proses perizinan terkait bisnis modifikasi kontainer:

- 1) Legalitas Usaha. Pebisnis yang ingin menjalankan usaha harus memiliki legalitas hukum. Oleh karena itu, pebisnis perlu mendirikan badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan
- 2) Pajak Usaha atau Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). NPWP, atau Nomor Pokok Wajib Pajak, merupakan nomor identifikasi yang diberikan kepada individu atau entitas yang memiliki kewajiban pajak di Indonesia. Setiap warga negara Indonesia, badan hukum, perusahaan, atau entitas lain yang memiliki kewajiban pajak diharuskan memiliki NPWP.
- 3) Perizinan Proyek. Menurut UU Republik Indonesia No. 1 Tahun 2021 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman Pasal 32 mengenai Perencanaan dan Perancangan Pembangunan Perumahan beserta Sarana, Prasarana, dan Utilitas Umum Perumahan, terdapat proses perizinan sebagai berikut:
 - a) Online Single Submission (OSS). OSS adalah platform online dimana pengusaha mikro, kecil, menengah, maupun pengusaha besar bisa mengajukan permohonan. Dengan hadirnya OSS memudahkan semua masyarakat yang ingin menjadi pengusaha untuk mengurus perizinan.
 - b) Izin Lokasi. Izin lokasi adalah izin yang diberikan kepada pelaku usaha untuk memperoleh tanah yang diperlukan untuk usaha atau kegiatannya dan berlaku pula sebagai izin pemindahan hak dan untuk menggunakan tanah tersebut untuk keperluan usaha atau kegiatannya.
 - c) KRK (Keterangan Rencana Kabupaten/Kota). Keterangan Rencana Kota adalah surat yang sangat dibutuhkan oleh pengusaha maupun perusahaan untuk mendapatkan Izin Mendirikan Bangunan, meskipun kegunaannya cukup krusial, namun tidak semua orang memahami Keterangan Rencana

Kota secara menyeluruh. Isi dari surat ini menjelaskan mengenai persentase antara bangunan dan ruang (tanah) sebab ada ketentuan mengenai persentase pembagian luasan bangunan, luasan ruang terbuka hijau, ketinggian bangunan, dan fasilitas umum (lebih mengarah ke persentase jalan, sarana, dan prasarana).

- d) Sertifikat Induk Pengurusan. Sertifikat ini dilakukan apabila tanah lebih dari satu sertifikat, karena lahan yang akan digunakan untuk perumahan ini berasal dari dua Sertifikat Hak Milik dengan nama yang berbeda maka Pihak Pengembang harus diturunkan menjadi Sertifikat Hak Guna Bangunan karena lahan atau tanah tersebut dibeli atau dimiliki oleh perusahaan bukan milik pribadi, sehingga sertifikat akan digabung menjadi satu Sertifikat Hak.
- e) Peil Banjir. Peil banjir merupakan pengaturan ketinggian minimal lantai bangunan yang ditentukan berdasarkan lokasi bangunan tersebut dengan bertujuan mencegah air banjir meluap dan masuk ke dalam bangunan jika lantai terlalu rendah.
- f) Izin Lingkungan. Izin lingkungan adalah izin yang diberikan kepada setiap orang yang melakukan Usaha dan/atau Kegiatan yang wajib AMDAL atau UKL - UPL dalam rangka perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup sebagai prasyarat memperoleh izin Usaha dan/atau Kegiatan. Izin ini akan diterbitkan oleh Dinas Lingkungan Hidup dengan klasifikasi yang terbagi. menjadi tiga yaitu AMDAL, UKL-UPL, dan SPPL.

- g) Instalasi Listrik. Izin instalasi listrik ini diajukan kepada Perusahaan Listrik Negara untuk mendapatkan layanan jasa listrik pada proyek perumahan, sebagai prasyarat berdirinya perumahan.
- h) Instalasi Air Bersih. Izin instalasi air bersih yang diajukan kepada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebagai perusahaan yang penyedia layanan air bersih dengan memenuhi segala kriteria yang berlaku.
- i) Izin Mendirikan Bangunan (IMB). Izin mendirikan bangunan dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk mendirikan, memperbaiki, menambah, mengubah, atau merenovasi suatu bangunan supaya tata letak bangunan menjadi teratur dan sesuai dengan peruntukan tanah.

3.3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan (Kasmir dan jakfar dalam Afiyah et al., 2015). Aspek pasar dan pemasaran menjadi strategi yang penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Dengan fokus pada penciptaan nilai dan hubungan pelanggan yang kuat, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya memenuhi harapan pelanggan saat ini tetapi juga siap untuk menghadapi tantangan masa depan. Dalam aspek pemasaran ada beberapa strategi penting yang perlu dianalisis, meliputi:

1. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah strategi yang digunakan dalam proses pemasaran untuk menyampaikan nilai kepada konsumen, dan setiap pihak yang terlibat dalam penyaluran turut berkontribusi dalam menambah nilai yang diterima oleh konsumen (Kotler & Amstrong dalam Khairi et al., 2024). Siswoyo dan Sistarani dalam Sri Handayani dan Rohman (2024) mengatakan bauran pemasaran atau *marketing mix* juga dikenal dengan 4P yang terdiri dari 4 elemen utama yaitu:

- a) *Product* (Produk). Produk merupakan barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk ini berupa objek fisik atau layanan yang dapat memberikan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Pentingnya produk terletak pada *value* atau kemampuannya dalam memberikan nilai tambah yang memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen.
- b) *Price* (Harga). Harga adalah nilai atau jumlah uang yang ditetapkan pada sebuah produk oleh penjual, yang harus dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan produk. Semua faktor yang berhubungan dengan penetapan harga tersebut memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek kegiatan perusahaan, termasuk penjualan dan tingkat keuntungan yang dapat dicapai.
- c) *Promotion* (Promosi). Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi mengenai produknya dan menarik minat konsumen guna mendorong pembelian produk tersebut. Promosi melibatkan berbagai aktivitas meliputi iklan, kampanye pemasaran, diskon, sampel gratis, dan acara khusus, yang bertujuan untuk meningkatkan

kesadaran konsumen terhadap produk, membangun citra merek, dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Inti dari promosi adalah komunikasi yang efektif antara perusahaan dan konsumen, yang bertujuan untuk menunjukkan keunggulan produk, menjelaskan manfaatnya, dan menciptakan dorongan bagi konsumen untuk memilih produk tersebut di atas yang lain. Dengan strategi promosi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan dan keuntungan.

- d) *Place* (Tempat). Tempat ini merujuk pada lokasi atau area tertentu dalam ruang fisik yang dapat diidentifikasi atau dikenali. Ini mencakup semua kegiatan yang memastikan bahwa produk atau layanan tersedia bagi konsumen di tempat dan waktu yang tepat. tidak hanya mengacu pada lokasi fisik, tetapi juga mencakup semua strategi dan kegiatan distribusi yang memungkinkan produk mencapai konsumen dengan cara yang paling efektif dan efisien.

2. Strategi STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*)

Menurut Wijaya dan Sirine (2016) untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal, pemasar terlebih dahulu harus melakukan segmentasi pasar dengan membagi potensi pasar menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan demografi, kelas ekonomi, pendidikan, atau gaya hidup (psikografis). Setelah segmentasi ditetapkan, langkah berikutnya adalah menentukan target pasar dan mengarahkan program pemasaran sesuai dengan karakteristik pasar sasaran. Tahap terakhir adalah *positioning* produk, yaitu menciptakan keunikan posisi produk dalam benak pelanggan potensial.

a) *Segmenting* (Segmentasi)

Segmentasi pasar adalah proses mengelompokkan konsumen ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen (Kasali dalam Wijaya & Sirine, 2016). Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai upaya membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku mereka, yang memerlukan produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya (Kotler & Armstrong dalam Wijaya & Sirine, 2016).

Pada dasarnya, segmentasi pasar merupakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah, dan pemasaran dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Tujuan utama dari segmentasi pasar adalah untuk mengefisiensi pemasaran dengan memfokuskan pada pembeli yang memiliki minat tinggi untuk membeli.

b) *Targeting*

Targetting menurut Keegan dan Green dalam Wijaya dan Sirine (2016) adalah proses mengevaluasi segmentasi pasar dan memfokuskan strategi pemasaran pada negara, provinsi, atau sekelompok individu yang berpotensi memberikan respon positif. Targetting juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemilihan satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan.

c) *Positioning* (Penempatan Produk)

Positioning atau penempatan produk mencakup kegiatan untuk merumuskan penempatan produk dalam persaingan pasar dan menetapkan bauran pemasaran yang mendetail. Pada intinya, *positioning* adalah tindakan

merancang produk serta bauran pemasarannya sehingga menciptakan kesan tertentu di benak konsumen (Lubis dalam Wijaya & Sirine, 2016).

3. Analisis Persaingan

Dalam menentukan strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif, perlu memperhatikan produk, harga, saluran distribusi, serta promosi yang dilakukan oleh pesaing terdekat (Yanuar, 2016). Dengan pemahaman yang mendalam tentang pesaing, bisnis dapat menyusun strategi yang lebih tepat sasaran, mempertahankan daya saing dan beradaptasi dengan dinamika pasar, serta mengoptimalkan peluang untuk unggul dalam pasar. Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing (Umar dalam Yanuar, 2016):

- a) Menidentifikasi pesaing
- b) Menentukan sasaran pesaing
- c) Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing
- d) Mengestimasi pola reaksi pesaing
- e) Memilih pesaing

3.3.3. Aspek Teknis atau Operasional

Menurut Kamaluddin dalam Afyiah et al., (2015) Aspek teknis dan operasional adalah faktor yang berhubungan dengan proses pembangunan fisik suatu usaha serta operasionalnya setelah konstruksi selesai. Pembahasan dalam aspek ini mencakup berbagai kebutuhan teknis bisnis, termasuk penentuan kapasitas produksi, pemilihan teknologi yang akan digunakan, serta spesifikasi peralatan dan mesin yang diperlukan. Selain itu, aspek teknis juga mempertimbangkan lokasi usaha dan posisi perusahaan yang strategis agar dapat memberikan keuntungan maksimal.

Aspek teknis dan operasional ini bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dapat dibangun dan dijalankan secara efisien, optimal, dan berkelanjutan, serta menentukan kapasitas produksi yang efektif agar sesuai dengan permintaan pasar. Dari hasil analisis aspek teknis dan produksi dapat disusun perencanaan yang lebih rinci terkait estimasi biaya pengadaan aset tetap. Perencanaan ini mencakup anggaran pembelian peralatan dan sarana pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk memastikan operasional bisnis berjalan secara efisien dan optimal.

3.3.4. Aspek Manajemen SDM dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi digunakan untuk meneliti kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut, kemudian menentukan bentuk struktur organisasi yang akan dijalankan (Kasmir dan Jakfar dalam Afyiah et al., 2015). Menurut Afyiah et al., (2015) Aspek ini mencakup manajemen dalam pembangunan proyek dan manajemen operasional, kedua aspek ini sangat penting untuk mencapai tujuan proyek secara efisien dan efektif. Manajemen dalam pembangunan proyek berkaitan dengan evaluasi pembangunan proyek secara fisik, termasuk perencanaan, konstruksi, dan penyelesaian proyek sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Sedangkan manajemen operasional melibatkan perencanaan dan pengadaan sumber daya manusia yang mencakup penentuan jumlah tenaga kerja dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengelola dan mengoperasikan proyek tersebut, ini juga mencakup pengembangan dan pelatihan tenaga kerja agar dapat menjalankan tugasnya dengan efektif, serta memastikan bahwa semua operasional berjalan dengan lancar dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

3.3.5. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar dengan ide bisnis yang akan dijalankan serta mempertimbangkan dampak bisnis terhadap lingkungan, agar tidak menimbulkan efek negatif bagi masyarakat sekitar (Agustin et al., 2024). Analisis bisnis ini mencakup identifikasi potensi risiko lingkungan yang dapat timbul dari operasional bisnis, seperti pencemaran udara, air, dan tanah, serta gangguan terhadap ekosistem lokal. Selain itu, analisis juga mencakup upaya untuk meminimalkan dampak negatif tersebut melalui penerapan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Penilaian ini penting untuk memastikan bahwa bisnis tidak hanya memperoleh izin dari regulasi lingkungan yang berlaku tetapi juga mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan berkontribusi terhadap kesejahteraan lingkungan hidup. Dengan demikian, bisnis dapat beroperasi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi, serta mendukung keberlanjutan jangka panjang.

3.3.6. Aspek Sosial dan Ekonomi

Aspek sosial dan ekonomi diperlukan untuk mengetahui seberapa besar dampak adanya suatu bisnis terhadap kondisi sosial dan ekonomi di sekitarnya, baik pada tingkat mikro maupun makro (Beno et al., 2022). Pada tingkat mikro, yaitu bagaimana bisnis modifikasi kontainer dapat memengaruhi perekonomian masyarakat setempat, seperti terciptanya lapangan pekerjaan baru, meningkatnya aktivitas ekonomi di sektor perdagangan dan jasa, serta perubahan pola konsumsi dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sedangkan dari aspek sosial, mempertimbangkan bagaimana bisnis ini berkontribusi terhadap dinamika sosial,

seperti perubahan struktur demografi, interaksi antarwarga, dan peningkatan fasilitas umum yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Pada tingkat makro, aspek sosial ekonomi menyoroti bagaimana bisnis modifikasi kontainer dapat memberikan kontribusi lebih luas terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini dapat berupa peningkatan pendapatan negara melalui pajak dan investasi, serta mendorong perkembangan sektor konstruksi dalam memperkuat infrastruktur daerah.

3.4. Analisis Kelayakan Aspek Finansial

Kriteria perhitungan kelayakan aspek finansial dalam studi kelayakan dapat dilakukan dengan berbagai macam metode, metode yang akan di gunakan adalah :

3.4.1. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

Rencana Anggaran Biaya (RAB) adalah dokumen yang berisi perincian biaya yang diperlukan untuk melaksanakan suatu proyek konstruksi, baik itu pembangunan gedung, jalan, jembatan, dan sebagainya. RAB biasanya dibuat oleh seorang ahli perencanaan atau konsultan perencanaan, dan digunakan sebagai acuan oleh pemilik proyek, kontraktor, dan pihak-pihak terkait lainnya. Rumus RAB dapat dihitung dengan cara mengalikan volume pekerjaan dengan harga satuan pekerjaan. Berikut adalah rumus RAB:

$$RAB = \Sigma (volume \times harga\ satuan\ pekerjaan)$$

Keterangan :

- RAB adalah Rencana Anggaran Biaya
- Σ adalah simbol sigma yang menunjukkan penjumlahan
- volume adalah volume pekerjaan yang akan dilakukan

- harga satuan pekerjaan adalah harga satuan per-pekerjaan yang telah disepakati

3.4.2. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau layanan bisnis. HPP mencakup biaya-biaya berikut:

1. Tenaga kerja langsung
2. Bahan untuk membuat barang

Rumus HPP dapat dihitung dengan cara menghitung total biaya produksi ditambah saldo awal persediaan barang dalam produksi dikurangi saldo akhir persediaan barang dalam produksi. Berikut adalah rumus HPP:

$$\text{HPP} = \text{Total Biaya Produksi} + \text{Saldo Awal Persediaan Barang dalam Produksi} - \text{Saldo Akhir Persediaan Barang dalam Produksi}$$

3.4.3. Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba atau rugi bersih. Laba rugi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Laba Rugi} = \text{Pendapatan Bersih} - \text{Beban}$$

Di mana Pendapatan Bersih adalah jumlah pendapatan dikurangi dengan pengurangan harga pokok penjualan, sedangkan Beban adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya.

3.4.4. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara nilai sekarang arus kas masuk dan arus kas keluar selama periode tertentu. Dalam penganggaran modal dan perencanaan investasi, NPV digunakan untuk menentukan profitabilitas dari suatu investasi atau proyek yang diusulkan. NPV merupakan hasil perhitungan yang digunakan untuk menentukan nilai sekarang dari aliran pembayaran di masa depan. Analisis ini sering digunakan oleh bisnis dalam hubungannya dengan prediksi arus kas untuk menawarkan gambaran umum tentang keuntungan dari suatu investasi.

$$NPV = \sum_{t=i}^n \frac{Cash\ flow}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

CF (*cash flow*) = aliran kas masuk dari kegiatan bisnis

i = tingkat keuntungan yang disyaratkan

t = periode waktu

n = umur ekonomi bisnis

3.4.5. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) atau Tingkat Pengembalian Internal adalah metrik yang digunakan untuk memperkirakan persentase tingkat pengembalian investasi, terutama bagi perusahaan dan organisasi untuk menentukan profitabilitas dari peluang investasi. IRR juga menunjukkan tingkat diskonto, yang artinya mengacu pada tingkat bunga untuk menentukan nilai sekarang dari arus kas masa depan. Rumus IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = opportunity\ cost + resiko$$

3.4.6. *Break Event Point (BEP)*

Break Even Point (BEP) atau titik impas adalah suatu konsep dalam keuangan yang menunjukkan titik di mana pendapatan dan biaya sama besarnya, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. BEP dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{BEP per unit} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

3.4.7. *Payback Period (PP)*

Payback period adalah waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal yang diinvestasikan. Dalam kata lain, *payback period* adalah waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas atau break-even point. Semakin pendek *payback period*, semakin cepat modal yang diinvestasikan akan kembali.

$$\text{Payback period} = (1 + x)^n = \frac{\text{investasi awal}}{\text{penerimaan periode}} \times 1 \text{ tahun}$$