



## RINGKASAN

RAHMA SRI NURAENI. Pendirian Unit Bisnis Produk Tempura Shungiku di PT Bina Desa Kabupaten Cianjur. *Establishment of Shungiku Tempura Products Business Unit at PT Bina Desa Cianjur Regency*. Dibimbing oleh YUSALINA.

PT Bina Desa merupakan perusahaan budidaya sayuran khas Jepang dengan metode *natural farming* pada proses budidaya shungiku. Sayuran tersebut memiliki kandungan gizi yang baik dan diminati oleh masyarakat, khususnya warga negara Jepang yang menetap di Indonesia. Shungiku merupakan salah satu komoditas yang paling banyak dibudidayakan di PT Bina Desa dengan produksi per tahun mencapai 2.365kg/tahun dan jumlah shungiku *grade C* mencapai 20% setiap tahun. Produk *grade C* selama ini tidak dijual atau diolah, biasanya dibagikan ke pekerja. Hal ini menjadi peluang bisnis bagi perusahaan untuk menambah sumber pendapatan baru, dengan mengolahnya. Analisis eksternal dan internal perusahaan berdasarkan metode analisis SWOT, menghasilkan beberapa alternatif pengembangan perusahaan yang dapat dilakukan, salah satunya pengolahan shungiku menjadi produk olahan tempura.

Tujuan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis (KPB) ini antara lain merumuskan ide pengembangan bisnis yang berdasar pada analisis faktor internal dan eksternal dengan metode SWOT dan menyusun dan mengkaji kelayakan ide pengembangan yang dirumuskan berdasarkan pada aspek finansial dan non finansial. Kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT Bina desa yang berlokasi di Jl. Hanjawa No.50, Cipendawa, Pacet, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat yang dilaksanakan selama 12 minggu terhitung sejak tanggal 24 Januari sampai 15 April 2022.

Pendirian unit bisnis pengolahan shungiku menjadi tempura merupakan ide pengembangan yang dipilih berdasarkan strategi W-O, yaitu adanya kelemahan namun memiliki peluang. Kelemahan perusahaan yaitu belum melakukan pengolahan produk dengan *grade C*, sedangkan peluangnya yaitu permintaan pasar terhadap produk sayuran Jepang karena restoran dan *supermarket* udah kembali normal, gaya hidup masyarakat lebih sehat, tren konsumsi makanan olahan khas Jepang meningkat, dan pemanfaatan perkembangan teknologi untuk perluasan pemasaran pada peluang.

Berdasarkan hasil analisis finansial, perhitungan *cashflow* menghasilkan NPV > 0, yaitu Rp142.127.798,00 dengan nilai IRR 44% yang artinya bisnis ini memiliki potensi investasi yang baik dan rasional. Nilai *Net B/C* lebih dari 1, yaitu 3,07. *Gross B/C* lebih dari 1, yaitu 1,11 dengan rata-rata penerimaan bersih Rp24.142.401,00 dan *payback period* selama 1 tahun 7 bulan. Berdasarkan analisis *switching value*, nilai maksimum toleransi kenaikan harga kertas masak/*parchment paper* mencapai 87% dan penurunan tingkat produksi sebesar 11%.

Kata kunci: shungiku, tempura, analisis finansial