



ANALISIS FISIBILITAS PASAR DAN KEUANGAN DETERGEN SIEKA GUNA MENDUKUNG *GREEN ECONOMY* DI INDONESIA

Devi Mariya Sulfa¹, Grace Triana Kristianty², Kuntum Kinanthi Putri³,
Lucky Meisya Wandreina⁴, Andiani Salsa Sabrina⁵, Hendra Susanto^{6*}

^{1,6} S1 Pendidikan Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri
Malang, Indonesia

^{2,3,4} S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

⁵ S1 Bahasa dan Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Corresponding author: hendrabio@um.ac.id

Informasi Naskah

Diterima:

21 Mei 2023

Revisi:

28 Mei 2023

Terbit:

3 Juni 2023

Kata Kunci:

Brand Image
business feasibility, green
product

Abstrak

The change in the direction of the industry towards a green economy encourages the application of green products and green marketing in business activities. This opportunity encouraged the emergence of SIEKA Detergent which combines saponins of sengon leaves and protease enzyme technology as a biodegradable detergent that applies the green product principle. This article aims to analyze business feasibility in terms of tangible and intangible assets, as well as apply green economy principles in business activities.

The method of implementation is carried out through the stages of pre-production, production and post-production. Market analysis shows that SIEKA Detergent has a promising market prospect. Production and marketing analysis shows that business implementation is carried out optimally. Financial analysis shows a business payback period of 3.6 months, an NPV of IDR 134,030,192.00, and a benefits cost ratio of 1.6. Analysis based on intangible assets shows that SIEKA Detergent complies with SNI standards regarding detergent quality. Based on the aspects of the business feasibility analysis conducted, the SIEKA Detergent business is feasible to continue..

PENDAHULUAN

Industri detergen memiliki potensi peluang usaha yang besar karena sering dikonsumsi oleh masyarakat (Supriyadi dkk., 2020). Peningkatan konsumsi detergen di Indonesia per tahun mencapai 720 ton (Anitya, 2018). Peningkatan ini berbanding lurus dengan peningkatan volume limbah detergen sehingga berpotensi mencemari ekosistem air (Yuliana dkk., 2020).

Pencemaran ekosistem disebabkan oleh senyawa berbahaya ABS dan LAS yang terkandung dalam detergen komersial, sehingga kedua bahan tersebut termasuk bahan *non-biodegradable* (Apriyani, 2017). Dampak yang dihasilkan oleh detergen komersial tersebut memerlukan sumber alternatif surfaktan pengganti bahan kimia yang aman bagi lingkungan dan manusia.

Isu lingkungan berupa fenomena pencemaran ekosistem air mendorong pemerintah untuk mengubah arah industri ke *green economy*. Perubahan tersebut guna menyeimbangkan antara pilar ekonomi, lingkungan, dan sosial sehingga pengembangan ekonomi negara meningkat namun dapat meminimalkan kerusakan lingkungan (Bappenas, 2020). Prinsip *green economy* pada industri diwujudkan dengan menerapkan *green product* dan *green marketing* dalam pelaksanaan usaha. Hal ini menjadi peluang pasar industri detergen untuk menginovasikan produk yang mengedepankan *green product* berupa inovasi produk detergen *biodegradable* yang aman bagi lingkungan, serta menerapkan *green marketing* sebagai strategi pemasaran (Usada & Murni, 2020). Produk detergen *biodegradable* saat ini kurang efektif membersihkan noda membandel pada pakaian (Setyaningrum dkk., 2021). Oleh karena itu, dibutuhkan detergen yang aman bagi lingkungan namun mampu mengatasi noda membandel. Untuk memenuhi kebutuhan detergen *biodegradable* yang dapat menghilangkan noda membandel, maka di ciptakanlah usaha detergen dengan *branding* SIEKA.

SIEKA Detergen membuka peluang pasar baru dengan menawarkan produk dengan kombinasi biosurfaktan dari saponin daun sengon dan teknologi enzim protease. Menurut *Top Brand Index* (2021), 43% masyarakat Indonesia tertarik mengkonsumsi detergen yang berfungsi sebagai anti-noda membandel, sehingga SIEKA Detergen mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menjadi produk detergen *biodegradable* yang secara efektif dan spesifik menghilangkan noda membandel pada pakaian.

Keberlanjutan usaha SIEKA Detergen dapat diketahui melalui analisis kelayakan usaha yang menjadi faktor penentu terbesar dalam proses keberlanjutan usaha. Komponen dalam analisis kelayakan usaha meliputi aspek kualitas produk, strategi pemasaran, analisis keuangan, dan manajemen usaha (Adnyana, 2020). Analisis kelayakan usaha yang sudah pernah dilakukan yakni pada merek Patuk Detergen (Mauidzoh dkk., 2016). Namun, masih terdapat kekurangan dalam analisis keberlanjutan usaha. Industri detergen *biodegradable* memiliki peluang pasar yang cukup besar di Indonesia sehingga analisis kelayakan usaha perlu diperdalam. Hal ini didukung dengan tingginya kesadaran ibu rumah tangga akan detergen yang dapat menghilangkan noda membandel namun aman bagi lingkungan. Selain itu, analisis kelayakan usaha industri merek Patuk Detergen hanya mempertimbangkan aspek *tangible*. Kelayakan usaha tidak hanya dilihat pada aspek *tangible* melainkan juga aspek *intangible*. Aspek ini memiliki peran yang besar dalam keberlanjutan sebuah usaha (Buonomo dkk., 2020). Selain itu, pada merek ini tidak menerapkan strategi *green marketing* untuk menunjang pemasaran produk.

Tujuan artikel ini adalah untuk menjelaskan produk detergen dan menganalisis kelayakan usaha SIEKA Detergen yang ditinjau dari *tangible* dan *intangible asset*, serta menerapkan prinsip *green economy* dalam aktivitas usaha. Manfaat lain adalah memberikan sumbangan teoritis dan empiris dalam bentuk analisis kelayakan usaha pada bidang kebersihan yang ditinjau dari empat aspek kelayakan usaha. Kontribusi usaha SIEKA Detergen yakni mampu mengurangi penggunaan detergen yang masih mengandung senyawa berbahaya di pasaran dengan menciptakan detergen yang *biodegradable*. Melalui kontribusi tersebut, SIEKA detergen dapat memenuhi kebutuhan pasar di industri detergen Indonesia.

METODE

Metode penulisan artikel ini mengacu pada pelaksanaan PKM-K tahun 2022 yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Fokus dari artikel ini meliputi empat aspek yang didapatkan dari kajian literatur, pengamatan, analisis target pasar, perencanaan pengembangan, dan keberlanjutan usaha sebagai berikut:

Tabel 1. Fokus Penulisan Artikel

No.	Fokus Penulisan	Uraian
1.	Analisis aspek pasar	a. Penentuan Target Pasar b. Kompetitor
2.	Analisis aspek produksi dan pemasaran	a. Gambaran Produk b. Proses Produksi c. Strategi dan Bauran Pemasaran
3.	Analisis aspek manajemen usaha	a. Struktur Organisasi b. <i>Job Description</i>
4.	Analisis aspek keuangan	a. <i>Payback Period</i> $PP = \frac{\text{Investasi kas bersih}}{\text{aliran kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$ b. <i>Benefit Cost Rasio</i> c. <i>Net Present Value (NPV)</i> $NPV = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$

Sumber: (Adnyana, 2020; Buonomo dkk., 2020)

1. Lokasi, Durasi, dan Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan program dilakukan selama 4 bulan, terhitung mulai tanggal 1 Juni hingga 28 September tahun 2022 di Kantor SIEKA Detergen Jalan Ikan Piranha blok I No. 15, RT. 04 RW. 03, Purwodadi, Blimbing. Pelaksanaan program dilakukan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

2. Alat dan Bahan

Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi SIEKA Detergen yaitu saponin daun sengon, enzim protease, enzim lipase, MES, CMC, *tetranyl*, *natural fresh fragrance*, dan *liquid water base*. Peralatan yang diperlukan untuk proses produksi meliputi: *evaporator*, *beaker glass*, kaleng *stainlesssteel*, toples kaca, dan jeriken. Proses produksi dilakukan di Laboratorium Kimia Universitas Negeri Malang

3. Proses Produksi

Proses produksi dalam dibagi dalam tiga tahap, sebagai berikut:

Pra Produksi

Tahap pra-produksi bertujuan untuk perancangan konsep dan produk, meliputi: (a) Survei permintaan pasar guna menentukan besaran peluang pasar *green product*; (b) Kajian literatur untuk menentukan prosedur pembuat detergen *biodegradable*; (c) Perencanaan komposisi

produk untuk mempertimbangkan jenis kandungan bahan yang sesuai kajian; (d) Survei alat dan bahan ke distributor; dan (5) Kerja sama dengan pihak *supplier* untuk memastikan ketersediaan barang saat produksi. Teknis tahap pra produksi disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahap Pra Produksi

Produksi

Produksi “SIEKA Detergen” dijalankan dengan beberapa tahapan, yakni: 1) pembelian alat dan bahan yang dilakukan berdasarkan survei; 2) pembuatan produk oleh manajer produksi sesuai dengan rancangan formulasi produk; 3) *quality control* sesuai dengan standar mutu berdasarkan SNI 06-4075-1996 guna memastikan kelayakan produk bersama pihak ketiga; 4) pembuatan detergen *balls* bekerjasama dengan jasa cetak detergen pihak ketiga; dan 5) pengemasan produk meliputi sterilisasi, pengemasan, dan pemasangan stiker segel sesuai SOP Perusahaan. Teknis tahap produksi disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Tahap Produksi

Pasca Produksi

Rangkaian kegiatan pada tahap pasca-produksi meliputi: (a) Kerjasama dengan berbagai pihak meliputi jasa pembuatan video iklan, mitra swalayan konsinyasi produk, komunitas pecinta lingkungan, Dinas Lingkungan Hidup Kota Malang dan Kota Batu, serta melakukan *endorsement* untuk meningkatkan kepercayaan konsumen; (b) Pembuatan media promosi dan pemasaran; (c) Konsinyasi produk ke tiga mitra swalayan di Malang Raya untuk distribusi produk secara *offline*; (d) Promosi produk secara langsung melalui kegiatan pameran di *Internasional 20th AsiaTEFL*, *Expo Batu Hybrid Event*, *UM Fest 2022*, serta sosialisasi ke tiga kelompok PKK di Malang Raya; (e) Publikasi media massa ke berbagai media *online* nasional untuk meningkatkan kepercayaan konsumen; dan (f) Evaluasi kinerja untuk menilai keberhasilan strategi yang telah diterapkan. Pengembangan usaha dilakukan dengan diversifikasi produk dan perluasan pasar. Tahap pasca produksi tersaji pada gambar 3.



Gambar 3. Tahap Pasca Produksi

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran SIEKA Detergen dilakukan berdasarkan prinsip *green economy* dengan menerapkan *green marketing* sesuai dengan karakteristik konsumen yang mana mampu menjadi pemuas kebutuhan konsumen tanpa berdampak buruk terhadap lingkungan. Strategi pemasaran *green marketing* dijalankan melalui model bisnis B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Customers*).

5. Pengembangan dan Keberlanjutan Usaha

Pengembangan dan keberlanjutan usaha SIEKA diwujudkan dengan pengajuan hak cipta, hak paten, dan perolehan nomor izin usaha. Selain itu usaha SIEKA Detergen juga telah menyusun rencana keberlanjutan usaha dalam jangka pendek, menengah, dan panjang agar dapat terus bersaing di industri detergen Indonesia

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek *tangible* sebagai bentuk kelayakan usaha SIEKA Detergen dianalisis dalam berbagai aspek sebagai berikut:

A. Analisis Aspek Pasar

Terdapat beberapa aspek dalam analisis kelayakan pasar sebagai berikut.

1. Penentuan Target Pasar

Penentuan target pasar dilakukan dengan mengidentifikasi calon konsumen yang tertarik dan berpotensi menggunakan *green product*. Untuk menentukan besaran *market size* dilakukan analisis pemetaan pasar dengan menetapkan calon konsumen yang tertarik dengan *green product* (Ekapratwi dkk., 2022). Setelah melakukan identifikasi peluang pasar, dilakukan analisis TAM (*Total Addressable Market*), SAM (*Serviceable Available Market*), dan SOM (*Serviceable Obtainable Market*).

TAM usaha SIEKA Detergen adalah keluarga kelas menengah ke atas di Indonesia sebesar 13.010.846 keluarga. SAM merupakan keluarga kelas menengah ke atas dan tertarik dengan *green product* di Indonesia dengan total mencapai 7.025.857 keluarga. Sedangkan SOM usaha SIEKA Detergen adalah keluarga kelas menengah ke atas yang tertarik dan berpotensi membeli *green product* di Indonesia sebesar 4.145.256 keluarga. SIEKA Detergen memiliki peluang yang besar dalam memasuki pasar detergen Indonesia. Penentuan target pasar dianalisis menggunakan analisis STP (*segmenting, targeting, positioning*), sehingga mampu menghasilkan target pasar yang jelas dalam sebuah usaha (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019). Analisis STP ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Analisis STP SIEKA Detergen (sumber : Ilustrasi Penulis, 2022)

Segmenting dan *targeting* SIEKA Detergen ditentukan berdasarkan 4 aspek yakni demografi, psikografi, geografi, dan tingkah laku. Sehingga *segmenting* SIEKA Detergen adalah keluarga khususnya ibu rumah tangga yang tertarik dan berpotensi membeli *green product*. SIEKA Detergen ditargetkan kepada pembeli potensial dan *sleeping marketing*. *Segmenting* dan *targeting* yang ada mendorong SIEKA Detergen memiliki *positioning* sebagai deterjen *biodegradable* untuk keluarga masa kini.

2. Kompetitor

Setelah dilakukan analisis kompetitor, diperoleh hasil bahwa SIEKA Detergen merupakan produk yang mengandung kombinasi saponin daun sengon dan teknologi enzim protease pertama di Indonesia. Dua kompetitor SIEKA Detergen di pasar Indonesia yakni Puro dan Pureco merupakan produk deterjen ramah lingkungan hasil ekspansi dari luar negeri. Perbandingan spesifikasi produk dengan kompetitor dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Kompetitor

Aspek Keunggulan	Puro	Pureco	SIEKA Detergen
100% bahan <i>biodegradable</i>	×	×	✓
Teknologi enzim protease	×	×	✓
<i>Super high concentrate</i>	✓	✓	✓
<i>Non-foaming technology</i>	×	✓	✓
Anti-redeposisi	✓	×	✓
Harga	Rp24.000	Rp66.000	Rp28.000 & Rp48.000

Sumber : Diolah Penulis (2022)

SIEKA Detergen memiliki beberapa kompetitor sejenis. Sebagian besar produk kompetitor merupakan ekspansi pasar dari luar negeri. Berdasarkan analisis tersebut, SIEKA Detergen unggul dalam berbagai aspek yakni teknologi terbaru, harga ekonomis, dan spesifikasi fungsi. SIEKA Detergen memaksimalkan teknologi enzim protease. Kandungan enzim protease ini mampu menghilangkan noda membandel pada pakaian seperti noda, darah, dan keringat

(Soeka & Sulistiani, 2014). Bahan dasar pembuatan detergen adalah saponin daun sengon sebesar 15,04%, sehingga mampu mengangkat kotoran pada serat kain (Maranggi dkk., 2020). Hal ini membuat SIEKA Detergen mampu bersaing di pasar industri detergen.

B. Analisis Aspek Produksi dan Pemasaran

Terdapat beberapa aspek dalam analisis kelayakan pasar sebagai berikut:

1. Gambaran Produk



Gambar 5. Produk SIEKA Detergen (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022)

SIEKA Detergen merupakan inovasi detergen *biodegradable* dengan menggunakan biosurfaktan saponin daun sengon yang dikombinasikan teknologi enzim protease untuk menghilangkan noda membandel pada pakaian. Produk SIEKA Detergen diformulasikan khusus dengan menerapkan teknologi enzim protease yang berfungsi untuk mendegradasi noda protein pada pakaian hingga noda, darah, lendir, keringat akan mudah tercuci (Soeka & Sulistiani, 2014). Keunggulan dari detergen ini yakni mampu membersihkan noda membandel pada pakaian, menerapkan teknologi *super high concentrate*, limbah cucian dapat dimanfaatkan untuk menyiram tanaman, menerapkan *non-foaming technology*, anti-redeposisi atau mencegah kotoran menempel kembali pada pakaian, dan mampu meminimalisir iritasi pada kulit.

2. Proses Produksi

Pembuatan produk SIEKA Detergen dilakukan dua tahap yang dilaksanakan secara terencana, yakni tahap pra produksi dan pasca produksi. Tahap pra produksi dilaksanakan dengan pembelian alat dan bahan yang dilakukan berdasarkan survei, pembuatan produk sesuai dengan rancangan formulasi produk, *quality control* sesuai dengan standar mutu berdasarkan SNI 06-4075-1996 guna memastikan kelayakan produk bersama pihak ketiga, pembuatan detergen *balls* bekerjasama dengan pihak ketiga sebagai jasa cetak detergen, dan pengemasan produk yang meliputi sterilisasi, pengemasan, dan pemasangan stiker segel sesuai SOP Perusahaan. Teknis pembuatan produk disajikan pada gambar 6.



Gambar 6. Alur Pengolahan Bahan (sumber : Ilustrasi Penulis, 2022)

SIEKA Detergen *Balls* dikemas dalam *paper tube* dengan ukuran 8 x 15 cm, sedangkan SIEKA Detergen Cair dikemas botol dengan ukuran 8,5 x 5,5 x 20 cm. SIEKA memilih packaging berbahan dasar kardus pada SIEKA Detergen *Balls* karena dinilai lebih ramah lingkungan (Ailudin & Sari, 2019). Selain itu, SIEKA Detergen Cair dikemas dalam botol plastik berukuran 450 ml.

3. Strategi dan Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran *green marketing* sangat cocok digunakan dalam industri yang mengusung prinsip *green economy*. *Green marketing* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap *green product* (Putra & Prasetyawati, 2021). Konsep *green marketing* juga dilakukan pada promosi produk yakni dengan *green campaign* di media sosial. Strategi pemasaran SIEKA Detergen ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Strategi Pemasaran

<i>Business to Business</i>	<i>Business to Consumers</i>	<i>Green Marketing</i>	Promosi
Konsinyasi dengan menitipkan produk pada tiga swalayan sesuai ceruk pasar yakni di Malang Raya	Penjualan secara online melalui <i>marketplace</i> yaitu Shopee serta Tokopedia	Menggalakan program <i>green campaign</i> dan <i>zero waste action</i> .	Melakukan promosi ke berbagai akun media sosial [<i>Instagram</i> : @siekadetergen], [<i>Facebook</i> : Sieka Detergen], [<i>Youtube</i> : Sieka Detergen], dan [<i>Website</i> usaha: www.siekadetergen.com]

Sumber: (Usada & Murni, 2020; Putra & Prasetyawati, 2021)

Strategi pemasaran dapat menjangkau pasar karena *green product* lebih cepat diterima konsumen dengan harga yang lebih mahal sehingga dapat meningkatkan profit usaha (Sugandini dkk., 2020). *Green marketing* efektif menciptakan produk yang memiliki dampak negatif kecil terhadap lingkungan, terlebih untuk produk yang spesifik dalam kebutuhan harian seperti detergen (Putra & Prasetyawati, 2021). Bauran pemasaran Usaha SIEKA Detergen menerapkan analisis *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) guna memaksimalkan pemasaran dan efektif karena sesuai dengan jenis usaha yaitu usaha dalam bidang perdagangan (Putu & Wahyuni, 2019). Bauran pemasaran SIEKA Detergen ditunjukkan dalam tabel 4.

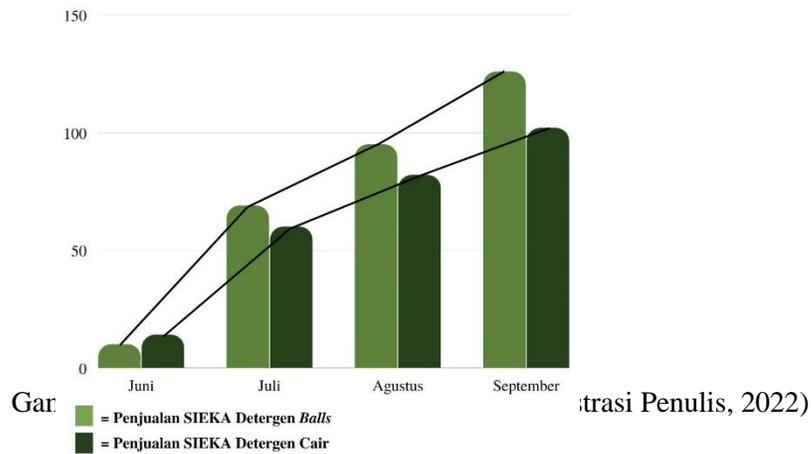
Tabel 4. Bauran Pemasaran

Produk (<i>Product</i>)	Harga (<i>Price</i>)	Distribusi (<i>Place</i>)	Promosi (<i>Promotion</i>)
-------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------------	--

Detergen <i>biodegradable</i> daun sengon berteknologi enzim protease berfungsi sebagai detergen anti noda membandel.	SIEKA Detergen <i>Balls</i> dijangkau harga Rp48.000,00 sedangkan, SIEKA Detergen Cair dijangkau harga Rp28.000,00	Detergen dapat dengan untuk Detergen dapat dengan media sosial marketing dan <i>e-commerce</i> .	SIEKA menggunakan dua model usaha yaitu B2B dan B2C. Model usaha B2B dengan konsinyasi dan B2C menggunakan media sosial marketing dan <i>e-commerce</i> .	Detergen menggunakan <i>endorsement</i> dan beberapa media sosial sebagai media promosi, seperti: Instagram, <i>Tiktok</i> , <i>Youtube</i> , dan <i>Website</i> resmi.
---	--	--	---	---

Sumber : Diolah Penulis (2022)

Analisis pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa usaha SIEKA Detergen memiliki prospek yang baik di masa mendatang. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan penjualan produk SIEKA Detergen Cair dan SIEKA Detergen *Balls* setiap bulannya yang ditunjukkan pada gambar 7.



C. Analisis Aspek Manajemen Usana

Upaya untuk menciptakan produk berkualitas dengan prospek usaha yang layak di masa mendatang membutuhkan adanya proses manajemen usaha, maka dari itu pembentukan struktur perusahaan berdasarkan bidang keahlian sangat diperlukan. Struktur manajemen SIEKA Detergen ditunjukkan pada gambar 8.



Gambar 8. Struktur Perusahaan (Sumber : Ilustrasi Penulis, 2022)

Pembuatan produk dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu

Pengetahuan Alam, analisis keuangan dan strategi pemasaran oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi serta mahasiswa Fakultas Sastra yang bertanggung jawab di bidang *design*. Pembagian sesuai keahlian akan menciptakan struktur perusahaan yang mutlak dan kompleks sehingga mendorong keefektifitasan kegiatan yang dilakukan dalam suatu perusahaan (Sopandi, 2021).

D. Analisis Aspek Keuangan

Analisis usaha pada aspek keuangan dilihat dari hasil *payback period*, *net present value*, dan *benefit cost ratio* yang hasilnya ditunjukkan tabel 5.

Tabel 5. Analisis Keuangan

No.	Alat Analisis	Hasil Analisis	Keterangan
1.	<i>Payback Period</i> (PP)	3,6 bulan	Layak
2.	<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp 134,030,192	Layak
3.	<i>Benefits Cost Ratio</i> (B/C)	1,6	Layak

Sumber : Diolah Penulis (2022)

Hasil perhitungan analisis kelayakan usaha meliputi *payback period*, NPV, dan *benefits cost ratio* menunjukkan bahwa usaha SIEKA Detergen layak untuk dijalankan karena memenuhi kriteria kelayakan keuangan (Wulan & Astuti, 2021). *Payback period* usaha SIEKA adalah 4 bulan. Hasil nilai NPV sebesar dimana lebih besar dari nol. Nilai hasil perhitungan *benefit cost ratio* sebesar 2, maka usaha SIEKA Detergen layak untuk dilanjutkan.

Keberlanjutan usaha SIEKA Detergen juga didukung dari hasil *cash flow* selama melakukan pelaksanaan usaha. *Cash flow* menunjukkan terjadi peningkatan *omzet* yang berbanding lurus dengan kas usaha setiap bulannya. *Cash flow* SIEKA ditunjukkan pada tabel 6.

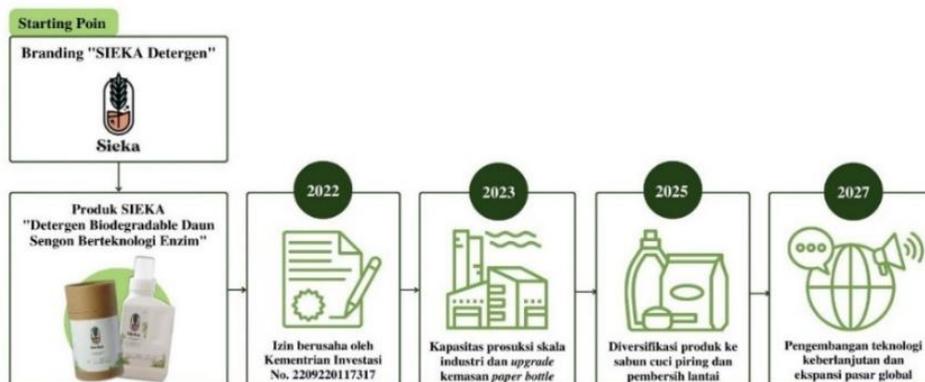
Tabel 6. *Cash Flow* Usaha SIEKA

No	Juni	Juli	Agustus	September
A. Arus Kas Operasi				
Total Arus Operasi	Rp5.865.5000	Rp4.188.830	Rp1.541.737	Rp8.279.000
B. Total Arus Kas Investasi				
Kas Awal	-	Rp2.784.000	Rp6.973.330	Rp8.515.067
Perubahan Kas	Rp2.784.500	Rp4.188.830	Rp1.541.737	Rp8.279.000
Kas Akhir	Rp2.784.000	Rp6.973.330	Rp8.515.067	Rp16.794.067

Sumber : Diolah Penulis, (2022)

Rencana Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan dan pengembangan usaha SIEKA Detergen dibagi dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Pengembangan ditunjukkan oleh *roadmap* usaha pada gambar 9.



SIEKA akan melakukan pengembangan dengan meningkatkan kapasitas produksi ke skala industri dan *upgrade* kemasan dari *plastic bottle* ke *paper bottle*. Kemudian, dilakukan pengembangan berupa diversifikasi produk *biodegradable* dalam bentuk sabun cuci piring dan pembersih lantai. Pemasaran diperluas dengan ekspansi pasar secara *offline* dalam skala provinsi dan peningkatan teknologi yang berkelanjutan hingga mencakup pasar global, serta melakukan kerjasama dengan investor guna mendorong perkembangan usaha. Potensi sosial SIEKA terletak pada aspek lingkungan yang memiliki misi mengurangi cemaran limbah detergen terhadap lingkungan dan meningkatkan kesehatan masyarakat.

E. Analisis Kelayakan Usaha berdasarkan *Intangible Assets*

Intangible asset usaha SIEKA ditinjau dari legalitas usaha. SIEKA Detergen telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dari lembaga OSS, mengajukan hak cipta dan hak paten. Legalitas usaha mampu meningkatkan *brand awareness* di mata masyarakat (Fitriani, 2017). Produk SIEKA Detergen yang telah diproduksi selanjutnya diberikan kepada jasa pengendalian mutu untuk memenuhi standarisasi produk sesuai dengan standar SNI. Standarisasi dilakukan sesuai dengan acuan SNI 06-4075-1996 dengan mempertimbangan pH, bahan aktif, bobot jenis, dan cemaran mikroba. Pengujian toksisitas juga dilakukan untuk menunjukkan produk aman dan tidak menyebabkan iritasi pada kulit. Pengujian organoleptik juga dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penampilan fisik sediaan detergen cair dengan melihat bentuk, bau, dan warna.

PENUTUP

Produk SIEKA Detergen diformulasikan khusus dengan menggunakan saponin daun sengon dan teknologi enzim protease yang berfungsi untuk mengatasi noda membandel yang aman bagi lingkungan. Keunggulan dari detergen ini yakni mampu membersihkan noda membandel, menerapkan teknologi *liquid super high concentrate*, limbah cucian dapat dimanfaatkan untuk menyiram tanaman, *non-foaming technology*, anti-redeposisi, dan mampu meminimalisir iritasi pada kulit.

Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan, SIEKA Detergen memiliki target pasar yang potensial dan memiliki peluang pasar yang menjanjikan, dibuktikan dengan hasil penjualan, omzet, dan laba yang meningkat setiap bulannya. SIEKA Detergen ikut

mendorong *trend green economy* dengan menciptakan inovasi *green product* dan menerapkan strategi *green marketing* dalam aktivitas usaha. Proses produksi dan pemasaran telah disesuaikan dengan prinsip *green product*, yang didukung dengan manajemen usaha yang kompeten di bidangnya. Berdasarkan analisis keuangan SIEKA Detergen, diperoleh hasil *benefit cost ratio* sebesar 1,6 dan nilai NPV sebesar 134.030.192. Kelayakan usaha juga di dukung dari aspek *intangible asset* berupa legalitas usaha dan standarisasi mutu kualitas. Hasil kelayakan baik dalam aspek *tangible* maupun *intangible* menunjukkan SIEKA Detergen layak dilanjutkan dan telah memenuhi prinsip *green economy*. Saran yang dapat diberikan untuk industri SIEKA Detergen kedepannya adalah dengan memproduksi detergen botol dengan menggunakan *paper bottle* dan membuat kualifikasi tenaga kerja tambahan guna menunjang pertumbuhan bisnis.

REFERENSI

- Adnyana, I. M. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edited by Melati and W. Suratman. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS). Available at: <http://repository.uki.ac.id/4426/1/StudiKelayakanBisnis.pdf>.
- Ailudin, M. & Sari, D. 2019. 'Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung) The Influence Of Customer Experience On Re-Purchase Intention (Study On Customer One Eighty Coffee Bandung)', 6(1), pp. 1050–1057.
- Anitya, D. 2018. *Pakai Detergen Tiap Hari? Simak 4 Fakta Bahayanya Bagi Lingkungan, IDN Times*. Available at: <https://www.idntimes.com/science/discovery/dita-anitya/fakta-bahaya-detergen-lingkungan-c1c2> (Accessed: 30 September 2022).
- Apriyani, N. 2017. 'Penurunan Kadar Surfaktan dan Sulfat dalam Limbah Laundry Nani Apriyani Program Studi Teknik Lingkungan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya', 2, pp. 37–44.
- Bappenas. 2020. *Pilar Pembangunan Lingkungan*. Edited by D. S. W. Vivi Yulaswati, Josaphat Rizal Primana, Oktorialdi et al. Jakarta: Kementerian Perencana Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).
- Buonomo, I. dkk. 2020. 'Intangible Assets and Performance in Nonprofit Organizations : A Systematic Literature Review', 11(May), pp. 1–9. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00729.
- Ekapratwi, D., Suharjo, B. & Suprayitno, G. 2022. 'Indonesian Green Consumers Segmentation : Study Case Eco-Friendly Powder Detergent Product', 11(6), pp. 34–40. doi: 10.35629/8028-1106023440.
- Fitriani, R. 2017. 'Aspek hukum legalitas perusahaan atau badan usaha dalam kegiatan bisnis', 12, pp. 136–145.
- Maranggi, I. U., Rahmasari, B. & Rahmasari, B. 2020. 'Aplikasi Biosurfaktan Dari Daun Sengon (Albizia Falcataria) Dan Lingkungan Application Of Biosurfactant From Sengon Leaf (Albizia Falcataria) And Papaya Peel (Carica Papaya L .) As An Environmentally', 01(01), Pp. 11–19.
- Mauidzoh, U. & S, E. R. 2016. 'Analisi Kelayakan Industri Deterjen Menggunakan Financial Accounting Lerak dengan'.
- Mujahidin, A. & Khoiriningrum, I. 2019. 'Analisis Segmentasi , Targeting , Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro', pp. 284–294.
- Putra, D. R. & Prasetyawati, Y. R. 2021. 'Pengaruh Green Product Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Green Advertising (Studi Terhadap Konsumen Starbucks)', 15(2),

- pp. 69–74. doi: 10.9744/pemasaran.15.2.69.
- Putu, N. & Wahyuni, S. 2019. ‘Analisis Produk Layanan Rawat Inap di RSUD Wangaya Denpasar Berdasarkan STP (Segmenting , Targeting , Positioning) dan 4 P’, 6, pp. 21–24.
- Setyaningrum, P. A. dkk. 2021. ‘Inovasi detergen daun waru yang murah, sehat, dan ramah lingkungan’, 07, pp. 111–117. Available at: https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/download/3007/107653.
- Soeka, Y. S. & Sulistiani. 2014. ‘Karakterisasi Protease Bacillus subtilis A 1 InaCC B398 [Characterization of Protease Bacillus subtilis A 1 InaCC B398 Isolated from Shrimp Paste Samarinda]’, 13(April), pp. 203–212.
- Sopandi, K. 2021. ‘Peranan Sistem Pengendalian Intern Dalam Menunjang Efektivitas Pengeluaran Kas (Studi Kasus pada PT. Poca Jaringan Solusi Cabang Bandung)’, 20(2), pp. 64–73. Available at: <https://jurnal.inaba.ac.id/index.php/JIM/article/view/381>.
- Sugandini dkk. 2020. ‘Green supply management and green marketing strategy on green purchase intention : SMEs cases Green Supply Chain Management and Green Marketing Strategy on Green Purchase Intention: SMEs Cases’. Available at: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/261708/1/1693142147.pdf>.
- Supriyadi, E. dkk. 2020. ‘Penyuluhan Dan Pelatihan Pembuatan Detergen Cair Pakaian di Sawangan Depok’.
- Usada, U. & Murni, A. W. 2020. ‘Strategi Green Product Guna Meningkatkan’, 6(1), pp. 33–40.
- Wulan, S. & Astuti, T. M. 2021. ‘Butik Busana Lady Center Di Pringsewu Analysis Of Business Feasibility Plan For The’, pp. 1–20.
- Yuliana, Langsa, M. H. & Sirampun, A. D. 2020. ‘Air Limbah Laundry : Karakteristik Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Air’, 16(1).