

Analisis *Benefitcost Ratio* Usaha Dagang Bakso Bakar Di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah

Tasya Amelia Putri.¹, Abd. Jalil. M², Syahidin.³, Masri Ramadhan.⁴ Syarifudin.⁵

^{1'2'3'4'5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gajah Putih, Blang Bebangka Kecamatan Pegasing, 24560, Aceh Tengah

Abstrak: tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis *benefit cost ratio* pada usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah. Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisis *benefit cost ratio* usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Takengon Kabupaten Aceh Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode analisa data menggunakan analisis *benefit cost ratio*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap analisis *benefitcost ratio* usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa usaha dagang bakso bakar memiliki nilai net B/C Ratio > 1 atau $2,422 > 1$, yang artinya usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah layak untuk dikembangkan.

Kata Kunci: Benefit Cost Ratio

1. Pendahuluan

Perkembangan usaha di Indonesia baik itu usaha kecil menengah dan menengah ke atas mengalami peningkatan setiap tahunnya. Banyak masyarakat memulai membuka usahanya sendiri. Tujuan mereka yaitu untuk mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan hidup agar tercukupi kebutuhan sandang, pangan, dan papannya. Membuka usaha dapat dijadikan sebagai peluang untuk mendapatkan kesejahteraan dan membuka lahan pekerjaan bagi diri sendiri dan orang lain. Serta dapat menaikkan perekonomian nasional menjadi lebih baik, terutama dalam hal pengentasan kemiskinan.

Di era sekarang ini, seseorang dianggap sukses dalam dagang/usaha bisnis yaitu ketika mereka mampu melihat peluang usaha disekitar lingkungan mereka. Usaha yang dijalankan dapat dilakukan secara perorangan atau kelompok dengan bidang usaha yang sudah direncanakan. Untuk memulai sebuah usaha terutama bagi pemula, sebaiknya dimulai dengan membuat usaha kecil dan sederhana seperti warung kelontong, toko kecil, pedagang kaki lima dan lain-lain. Hal ini dimaksudkan agar kita dapat mengetahui karakteristik dan prospek usaha selanjutnya.

Lapangan Sanggamara merupakan salah satu lapangan yang terletak di pusat kota dingin Takengon dekat Kodim Aceh Tengah. Lapangan Sanggamara menjadi salah satu tempat yang cocok untuk menikmati waktu sore, baik bersama teman, sahabat maupun bersama keluarga. Kini disulap layaknya seperti Alun-alun di kota Jogjakarta dan Lapangan Blang Padang di Banda Aceh. Peralnya di lokasi tersebut, memasuki waktu sore hari selalu ramai dikunjungi masyarakat. Baik yang khusus sengaja datang maupun yang hanya mampir singgah untuk sekedar duduk nongkrong sembari mencicipi makanan yang di jajakan. Terdapat berbagai Pedagang Kaki Lima yang menjajakan makanan dan minuman dengan pilihan varian yang beragam, yang dijual mulai dari sosis bakar, batagor, sate, minuman-minuman seperti jus dan masih banyak

lainnya dengan harga terjangkau dan bersahabat. Hal itu menjadi berkah tersendiri bagi para pedagang kaki lima yang menjajakan makanan di kawasan tersebut. Selain makanan, di tempat ini juga menyediakan sejumlah permainan anak-anak seperti mobil-mobilan. Anak-anak dapat menikmati permainan di sekitar kawasan Lapangan Sanggamara.

Pedagang kaki lima merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian Indonesia, menyediakan layanan perdagangan yang dekat dengan masyarakat, terutama di daerah perkotaan. Lapangan Sanggamara, yang terletak di Kabupaten Aceh Tengah, menjadi salah satu lokasi yang berpengaruh dalam konteks perdagangan kaki lima di wilayah tersebut. Lapangan ini memiliki sejarah panjang sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat lokal, yang meliputi beragam pedagang yang menjual berbagai jenis barang dagangan.

Kondisi perekonomian Indonesia, khususnya di wilayah Aceh Tengah, telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, meskipun pedagang kaki lima di Lapangan Sanggamara telah menjadi bagian integral dari perekonomian lokal, mereka masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang signifikan. Tantangan tersebut meliputi persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, regulasi pemerintah, dan faktor-faktor lingkungan lainnya.

Dalam upaya untuk mengatasi tantangan ini dan memperkuat kontribusi pedagang kaki lima terhadap perekonomian lokal, analisis kelayakan usaha menjadi hal yang sangat penting. Salah satu metode yang digunakan dalam menganalisis kelayakan usaha adalah metode *Benefit Cost Ratio* (BCR). Metode ini memungkinkan evaluasi yang komprehensif terhadap manfaat dan biaya yang terkait dengan usaha pedagang kaki lima di Lapangan Sanggamara.

2. Landasan Teori

Studi Kelayakan Bisnis

Kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan intensitas persaingan yang semakin ketat membuat seorang pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi dalam memulai usahanya, namun dituntut untuk melakukan studi kelayakan terhadap ide bisnis yang akan dijalankan agar tidak terjadi keterlanjuran investasi di kemudian hari (Suliyanto, 2010:3). Menurut Suliyanto (2010:5) Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilakukan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan.

Analisis studi kelayakan proyek bisnis bagi lembaga nonprofit menurut Husnan dan Muhammad (2014:4-5) dapat dilengkapi dengan analisis manfaat dan pengorbanan (*cost and benefit analysis*) termasuk di dalamnya semua manfaat dan pengorbanan sosial (*social cost and social benefit*). Dengan demikian, pada umumnya suatu proyek bisnis akan menyangkut 3 (tiga) aspek, yaitu:

- a. Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi proyek bisnis itu sendiri (sering disebut sebagai manfaat keuangan). Yang berarti apakah proyek bisnis itu dipandang cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan resiko proyek bisnis tersebut.
- b. Manfaat ekonomis proyek bisnis tersebut bagi negara tempat proyek bisnis itu dilaksanakan (sering juga disebut manfaat ekonomi nasional). Yang menunjukkan manfaat proyek bisnis tersebut bagi ekonomi makro suatu negara.
- c. Manfaat sosial proyek bisnis tersebut bagi masyarakat sekitar proyek bisnis tersebut.

Aspek Keuangan Dalam Usaha

Aspek keuangan menurut Kasmir dan Jakfar (2012:89) adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan atau usaha secara keseluruhan. Aspek

ini juga sangat penting dalam sebuah perhitungan keuangan, karena dari aspek ini dapat tergambar secara jelas hal-hal yang berkaitan dengan laporan keuangan usaha. Untuk menghitung perkiraan investasi ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu :

1. Metode *Internal Rate of Return (IRR)* atau tingkat pengembalian internal menurut Khotimah dan Sutiono (2014:17) menggunakan rumus :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_1 - i_2)$$

Ket : IRR = *Internal rate of return*

i_1 = Suku bunga yang menghasilkan *NPV* positif

i_2 = Suku bunga yang menghasilkan *NPV* negatif

NPV_1 = *NPV* positif

NPV_2 = *NPV* negatif

Indikator aspek keuangannya adalah :

- Jika *IRR* lebih besar dari suku bunga bank yang berlaku ($IRR > DR$) maka usaha layak untuk diusahakan.
- Jika *IRR* lebih kecil dari suku bunga yang berlaku ($IRR < DR$) maka usaha tidak layak untuk diusahakan.

2. Metode *Net Present Value (NPV)* atau nilai sekarang bersih menurut Khotimah dan Sutiono (2014:17) menggunakan rumus:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^t}$$

Ket : NPV = *Net present value* (Rp)

B_t = *Benefit* atau manfaat pada tahun ke-t

C_t = *Cost* atau biaya pada tahun ke-t

i = Suku bunga yang digunakan

t = tahun ke-t Indikator

aspek keuangannya adalah :

- Jika *NPV* bernilai positif ($NPV > 0$) maka usaha layak untuk dijalankan.
- Jika *NPV* bernilai negatif ($NPV < 0$) maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

3. Metode *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C ratio)* atau rasio biaya manfaat menurut Khotimah dan Sutiono (2014:17) menggunakan rumus:

$$B/C = \frac{B}{C} \text{ ratio}$$

Ket : B/C = *Benefit Cost Ratio*

B = *Benefit* (Keuntungan)

C = *Cost* (Biaya)

Adapun interpretasi dari rumus ini adalah sebagai berikut :

- Jika *Net B/C* lebih besar dari satu ($Net B/C > 1$) maka usaha layak untuk dijalankan.
- Jika *Net B/C* lebih kecil dari satu ($Net B/C < 1$) maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

4. Metode *Payback Period (PP)* atau periode pengembalian menurut Khotimah dan Sutiono (2014:17) menggunakan rumus:

$$\text{Payback Period} = \frac{1}{Ab} \times 1 \text{ Tahun}$$

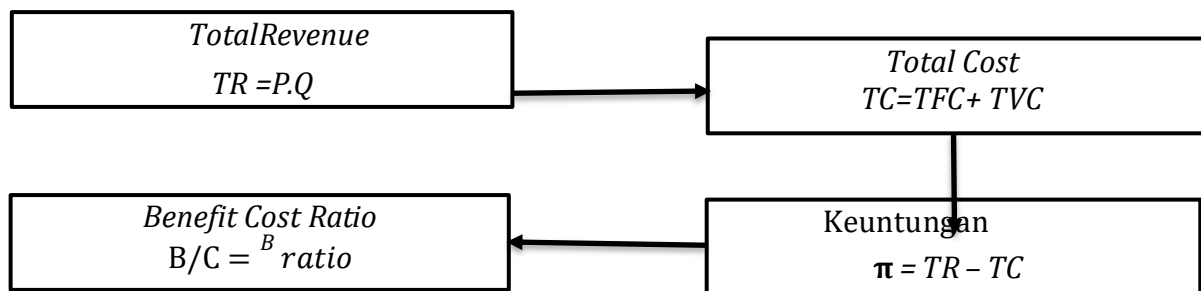
Keterangan : I = Nilai investasi
 Ab = Kas masuk bersih yang telah di-diskonto

Kriteria *payback period* ini tidak memiliki indikator standar dan bersifat relatif tergantung umur proyek dan besarnya investasi. Usaha layak dijalankan jika *payback period* usaha tidak terlalu lama mendekati akhir proyek atau lebih lama dari umur proyek. *Payback period* ini relatif cepat dan lebih disukai untuk investasi.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan studi kepustakaan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



3. Metode Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah menyangkut *benefit cost ratio* usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah. Lokasi penelitian ini adalah jalan Sengeda, Lapangan Sanggamara, Takengon Timur, Kecamatan Lut Tawar, Kabupaten Aceh Tengah. dengan objek penelitian yaitu analisis *benefitcost ratio* usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah.

Metode Analisa Data

Analisa data kuantitatif yaitu analisa yang menampilkan model – model matematis untuk melihat aspek keuangan dari usaha dagang yang berada di lapangan Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah yaitu dengan menghitung TR (*Total revenue*), TC (*Total Cost*), L (*Laba/ rugi*).

1. TR (Total Revenue)

Untuk mendapatkan nilai TR dapat menggunakan rumus berikut :

$$TR = P.Q$$

Ket : TR = *Total Revenue* (pendapatan total)

P = *Price* (harga)

Q = *Quantity* (jumlah barang)

2. TC (Total Cost)

Untuk mendapatkan nilai TC dapat menggunakan rumus berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Ket : TC = *Total Cost* (biaya total)

TFC = *Total Fixed Cost* (biaya tetap)

TVC = *Total Variabel Cost* (biaya variabel)

3. π (Keuntungan)

$$\pi = TR - TC$$

Ket : π = *Keuntungan*

TR = *Total Revenue* (pendapatan total)

TC = *Total Cost* (biaya total)

4. Selanjutnya untuk mengetahui aspek keuangan pedagang di Sanggamara dianalisis dengan menggunakan rumus *B/Cratio*. Menurut Sunarwo (2013:317) *benefit cost ratio* merupakan angka perbandingan jumlah besarnya benefit yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Net} = \frac{B}{C} \text{ ratio}$$

Ket: B/C = *Benefit Cost Ratio*
 B = *Benefit (Keuntungan)*
 C = *Cost (Biaya)*

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

1. Pendapatan atau *Total Revenue (TR)*

Pendapatan merupakan jumlah yang diperoleh berbagai faktor produksi digunakan untuk menghasilkan suatu barang adalah sama dengan harga dari barang tersebut. Pendapatan dalam penelitian ini yang dimaksud adalah jumlah yang didapatkan dari hasil penjualan bakso bakar di Lapangan Sanggamara Takengon dalam setiap bulannya.

Pendapatan Total Bakso Bakar

Jumlah barang Perhari	Jumlah Barang Perbulan Q	Harga P	Pendapatan Total $TR = P.Q$
250 Tusuk	7.500 Tusuk	Rp. 1000,-	Rp. 7.500.000,-

Sumber: Data Diolah 2024

Penjualan bakso bakar rata-rata perhari sebanyak 200-300 tusuk, dan di akhir pekan atau hari libur penjual bakso bakar mampu menjual hingga 500 tusuk bakso bakar dengan harga Rp,1,000,- per tusuknya, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa rata-rata penjual usaha dagang bakso bakar per hari sebanyak 250 tusuk. sehingga dalam sebulan mampu menjual 7.500 tusuk bakso bakar, sehingga total pendapatan usaha bakso bakar perbulan sebesar Rp. 7.500.000/bulan.

2. Biaya Total atau *Total Cost (TC)*

Biaya total (TC) yang dikeluarkan oleh usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara Takengon merupakan rincian untuk memulai usaha ini harus diketahui terlebih dahulu besar biaya tetap (TFC) dan biaya variabel (TVC) dengan hasil sebagai berikut :

a. Biaya Tetap (TFC)

Biaya tetap (TFC) Usaha Dagang Bakso Bakar Dalam Sebulan

No	Jenis Bahan	Manfaat Pemakaian	TFC/Bulan Rp
1	Kulkas	10 Tahun	29.166
2	Tungku Pembakar	1 Tahun	8.333
3	Kipas Angin	1 Tahun	16.666
4	Meja dan Kursi	1 Tahun	33.333
5	Spanduk	1 Tahun	5.833
6	Biaya Sewa	1 Bulan	300.000
7	Listrik	1 Bulan	35.000
Total Biaya Tetap (TFC)			428.331

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya tetap (TFC) pada usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara takengon dalam 1 bulan sebesar Rp. 428.331,-.

b. Biaya Variabel (TVC)

Biaya Variabel (TVC) Bakso Bakar Dalam Sebulan

No	Jenis Bahan Baku	Kebutuhan	Harga (Rp)	Jumlah
1	Ayam	8 ekor	65.000	Rp. 520.000
2	Tepung Tapioka	50 Kg	8.000	Rp. 400.000
3	Bawang Putih	3 Kg	25.000	Rp. 75.000
4	Bawang Goreng	5 Kg	40.000	Rp. 200.000
5	Sasa	1 Kg	20.000	Rp. 20.000
6	Garam	3 bungkus	2.000	Rp. 6.000
7	Plastik putih	5 pack	5.000	Rp. 25.000
8	Plastik Asoy	5 pack	10.000	Rp. 50.000
9	Tusuk Sate	5 pack	15.000	Rp. 75.000
10	Arang	10 Kg	8.000	Rp. 80.000
11	Kecap	20 bungkus	5.000	Rp. 100.000
12	Saus	10 bungkus	5000	Rp. 50.000
13	Biaya Penggilingan	50 Kg	5.000	Rp.250.000
Total Biaya Variabel (TVC)				Rp. 1.851.000

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara Takengon mengeluarkan biaya variabel dalam sebulan sebesar Rp. 1.851.000,-. Dari perhitungan biaya tetap (TFC) dan biaya variabel (TVC) dalam 1 bulan pada usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara Takengon, maka dapat di cari nilai biaya total atau *total cost* (TC) pada usaha tersebut dengan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = \text{Rp. } 428.331,- + \text{Rp. } 1.851.000,-$$

$$TC = \text{Rp. } 2.279.331,-$$

Berdasarkan pencarian total biaya (TC) menggunakan rumus diatas, maka biaya total yang dikeluarkan usaha dagang bakso bakar dalam 1 bulan di Lapangan sanggamara Takengon sebesar Rp. 2.279.331,-.

3. Keuntungan (π)

Keuntungan (π) merupakan perhitungan selisih antara total biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diperoleh, yang bertujuan untuk mengetahui besarnya keuntungan pada usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah. Menggunakan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = \text{Rp. } 7.500.000 - \text{Rp. } 2.279.331$$

$$\pi = \text{Rp. } 5.520.669,-$$

4. Analisis B/C Ratio

Benefit cost ratio merupakan angka perbandingan jumlah besarnya benefit yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah, dengan rumus :

$$\text{Net} = \frac{B}{C} \text{ ratio}$$

Benefit Cost Ratio Usaha Dagang Bakso Bakar

Jenis Usaha	Keuntungan (π) B	Total Biaya (TC) C	Benefit Cost Ratio	Keterangan
Bakso Bakar	Rp. 5.520.669	Rp. 2.279.331	2,422	Layak

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan rumus diatas, keuntungan (π) usaha dagang bakso bakar sebesar Rp.5.520.669 dalam 1 bulan, dan biaya (*cost*) yang dikeluarkan usaha dagang bakso bakar sebesar Rp. 2.279.331,-, untuk melihat benefit cost ratio usaha dagang bakso bakar yaitu B/C atau Rp.5.520.669/Rp. 2.279.331 = 2,422. maka dapat disimpulkan usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara takengon memiliki nilai net B/C Ratio >1 atau 2,422 > 1, yang artinya usaha dagang bakso bakar di Lapangan Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah layak untuk dikembangkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap analisis *benefit cost ratio* usaha dagang bakso bakar pada Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa usaha dagang bakso bakar memiliki nilai net B/C Ratio > 1 atau 2,422 > 1, yang artinya usaha dagang bakso bakar di Sanggamara Kabupaten Aceh Tengah layak untuk dikembangkan.

Daftar Pustaka

- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. 2010. Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). CV. Linda Karya. Bandung.
- Adesta, Dea, Sonia, 2015, Pengaruh Citra Merek, Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. Jurnal Manajemen, Jakarta.
- Akhiruddin, Sunarwo, 2013. Implementasi dan Strategi Bisnis. Penerbit Samudra, Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2015. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Rajawali. Jakarta.
- Atmosudirdjo, Prajudi. 2012. Sistem Informasi Manajemen. STIA- Lembaga Administrasi Niaga Press. Jakarta.
- Boone, L.E., dan Kurtz, D.L. 2017. Pengantar Bisnis Kontemporer. Salemba Empat. Jakarta.
- Danang, Sunyoto. 2014, Metodologi Penelitian Akuntansi, PT Refika Aditama Anggota Ikapi, Bandung
- Fandy Tjiptono, 2015, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi, Semarang.
- Haming, M. dan Basalamah, S. 2010, Studi Kelayakan Investasi Proyek dan Bisnis, Bumi Aksara. Jakarta.
- Husein Umar. 2012. Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Husnan, Suad & Suwarsono Muhammad 2014, Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi Lima, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Ismail, M. 2007. Buka Usaha Siapa Takut. Penebar Plus Media. Jakarta.
- Jumingan, D.P 2014. Pengantar Manajemen Keuangan. Diandra Kreatif Media. Yogyakarta.
- Kamaluddin, A. 2017. Administrasi Bisnis. CV Sah Media. Makassar.
- Kasmir., dan Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Kencana. Jakarta.
- Khotimah H., dan Sutiono. 2014. Analisis Kelayakan Finansial Ditinjau Dari Aspek Keuangan Usaha Budidaya Bambu. Jurnal Ilmu Kehutanan, Vol. 8 No.1, 14-24.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2018, Manajemen Pemasaran (Edisi XIII), PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Muawanah, U. 2018. Konsep Dasar Akuntansi dan Pelaporan Keuangan. Departemen

- Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Mubarok.2012. Teori Administrasi. Alfabeta. Bandung.
- Rukmana, Rahmat. 2017. Analisa dan Strategi Kelayakan Bisnis. Kanisius. Yogyakarta.
- Salahuddin dkk. 2018. Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Soemarso, S.R. 2013. Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta : Bandung.
- Suliyanto, dan Ricardo,D. 2010. Teori Pertumbuhan Ekonomi. Salemba Humanika. Jakarta.
- Swastha Basu dan Handoko, 2010, Manajemen Pemasaran Modern, Libery: Yogyakarta.
- Nirwana, S., M, A., & Yuliana, R. (2025). Analisis Break Event Point Usaha Tani Cabai Merah Di Kampung Pondok Balik Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 6(2), 51-60.