

ABSTRAKSI

PT. *Biofuel Bigcassava* Hidayah (PT. BBH) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis yang berdiri sejak tahun 2007. Sejauh ini, perusahaan sudah menanami lahan dengan tanam cabe seluas 4 ha dan berencana untuk melakukan ekspansi luas lahan menjadi 8 ha. Dalam implementasinya, perusahaan mengalami keuntungan penjualan cabe yang tidak menentu. Hal ini disebabkan oleh berfluktuatifnya harga cabe di pasaran karena informasi *supply-demand* yang tidak akurat atau bahkan belum menjadi orientasi produsen cabe menyebabkan keseimbangan pasar sering terganggu. Sehingga dalam pengembangannya, perusahaan ingin melakukan strategi bisnis untuk mengantisipasi kerugian dari anjloknya harga cabe di pasaran.

Cabe adalah produk agribisnis yang mempunyai sifat *high perishable* (sangat mudah rusak), maka perlu penanganan yang tepat sehingga dapat meminimalkan kerugian yang lebih banyak. Salah satu solusi untuk itu adalah dengan membuat abon cabe dengan harapan masa simpan abon cabe lebih lama dibandingkan cabe segar.

Metode pengujian aspek pasar terhadap pengembangan bisnis berupa produk abon cabe dilakukan melalui survey pasar, alat penelitian yang digunakan berupa kuesioner guna mengetahui besaran pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran dari pengembangan produk. Hasil penelitian pasar menunjukkan besarnya pasar potensial untuk produk abon cabe adalah 86%, sedangkan pasar tersedia adalah sebesar 81% dari pasar potensial, dan pasar sasaran yang targetkan adalah sebesar 10%.

Hasil perhitungan menurut kriteria investasi, yaitu nilai NPV selama 5 tahun dari periode 2014-2019 adalah Rp Rp 951.466.006, nilai IRR sebesar 47% dengan nilai MARR sebesar 15%. Kriteria kelayakan suatu bisnis adalah jika perhitungan Nilai NPV > 0, nilai IRR > MARR, maka hasil dari kriteria tersebut, usaha pengembangan ini dikatakan layak untuk diimplementasikan.

Kata Kunci: Cabe, abon cabe, NPV, IRR, PP, kelayakan.