

# ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN KONVEKSI DAN TOKO PAKAIAN

## PRIA HANS COMPANY DI KOTA BANDUNG

### *THE FEASIBILITY ANALYSIS OF ESTABLISHMENT HANS COMPANY CONVECTION AND MEN CLOTHES SHOP IN BANDUNG CITY*

<sup>1</sup>Anindhito Bayu Sanjaya, <sup>2</sup>Endang Chumaidiyah, <sup>3</sup>Maria Dellarosawati

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

<sup>1</sup>anindhito<sup>bayu</sup>@gmail.com, <sup>2</sup>endangchumaidiyah@yahoo.com, <sup>3</sup>dellarosawati@gmail.com

#### Abstrak:

Hans Company merupakan sebuah perusahaan di bidang fesyen laki-laki yang memproduksi berbagai macam produk *fashion* tren masa kini. Saat ini, Hans Company memasarkan setiap produknya secara *online* dan belum membuka toko *offline*, walaupun pada kenyataannya banyak konsumen yang menanyakan hal tersebut. Karena didukung oleh keadaan masyarakat Bandung yang selalu mengikuti tren berpakaian masa kini, membuka sebuah toko pakaian sekaligus pabrik konveksinya di Kota Bandung merupakan sebuah peluang yang sangat bagus. Dalam rangka mengambil kesempatan tersebut dan meningkatkan penjualan setiap produk untuk memenuhi permintaan konsumen maka pemilik usaha memutuskan untuk membuat toko *offline* Hans Company.

Aspek pasar pada penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 300 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan sebagian besar adalah mahasiswa. Dari hasil kuesioner yang disebar pemilik dapat menentukan besarnya pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan persentase pasar potensial untuk produk celana jeans sebesar 88.67%, produk polo *shirt* sebesar 89%, dan sabuk sebesar 85%. Persentase pasar tersedia untuk produk celana jeans sebesar 82.67%, produk polo *shirt* sebesar 86%, dan sabuk sebesar 78.33%. Pasar sasaran untuk produk celana jeans 2%, polo *shirt* 1%, dan sabuk 1%.

Adapun hasil perhitungan yang ada di dalam aspek finansial yang menunjukkan nilai tingkat investasi NPV sebesar Rp. 88.181.562, IRR = 30.76% dan PBP = 3,440 tahun. Pendirian konveksi dan toko pakaian pria Hans Company dinyatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR, dan NPV bernilai positif.

**Kata kunci:** Hans Company, NPV, IRR, PBP

#### Abstract:

*Hans Company is a company in the field of male fashion that produce a wide range of products fashion trend of today. Currently, Hans Company markets its products by online, because the offline store has not opened yet, despite the fact that many consumers are asking it. Because it is supported by the community circumstances in Bandung which always follows the trend of dressing today, opening a clothing store at the same time with its convection factory in Bandung is a very good opportunity. In order to take this opportunity and increase sales of each product to meet consumer demand, the business owners decided to create an offline store Hans Company.*

*The market aspect in this study obtained by distributing questionnaires to 300 respondents were male sex and mostly students. From the results of questionnaires distributed owner can determine the size of the potential market, available market, and target market. The results of questionnaires show the percentage of the potential market for the product amounted to 88.67 % jeans, polo shirt products by 89 %, and the belt is 85 %. The percentage of available market for products of 82.67 % jeans, polo shirt products by 86 % and amounted to 78.33 % belt. The target market for the product jeans 2 %, 1 % polo shirt, and a belt of 1 %.*

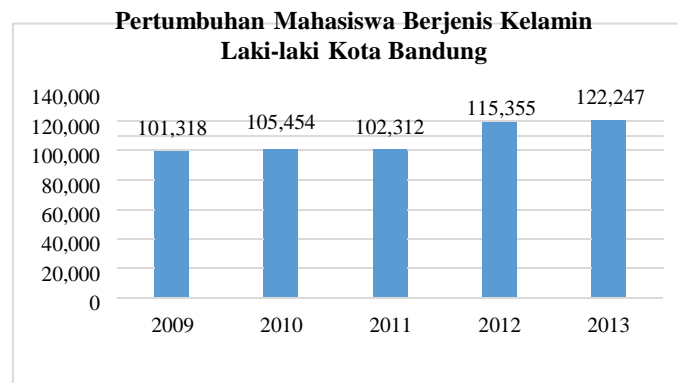
*The results of the calculations in the financial aspect that shows the value of the NPV investment rate is Rp. 88.181.562, IRR is 30.76 %, and the PBP is 3.440 years. Establishment convection and men's clothing stores Hans Company declared eligible for the value of IRR is greater than the value of MARR, and the NPV is positive.*

**Keywords:** Hans Company, NPV, IRR, PBP

## 1. Pendahuluan

Pakaian merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Meningkatnya populasi mempengaruhi jumlah kebutuhan akan pakaian yang terus bertambah dari waktu ke waktu. Seiring berkembangnya zaman, pakaian tidak hanya digunakan sebagai pelindung tubuh, tetapi juga digunakan sebagai simbol status sosial di masyarakat. Hal ini kemudian menuntut masyarakat untuk terus memperbaharui cara berpakaian dalam mengikuti tren masa kini.

Bandung, Jawa Barat, merupakan ikon fashion dan mode Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya distro dan outlet pakaian yang jumlahnya sudah menyentuh angka 400 toko pada tahun 2011 silam<sup>[1]</sup>. Namun, jumlah distro dan outlet yang masih terhitung sedikit jika dibandingkan dengan populasi yang ada. Oleh karena itu, hal ini merupakan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha pakaian.



Gambar 1. Pertumbuhan Mahasiswa Berjenis Kelamin Laki-laki di Kota Bandung

Hans Company merupakan sebuah perusahaan di bidang fesyen laki-laki yang memproduksi berbagai macam produk fesyen tren masa kini. Saat ini, Hans Company memasarkan setiap produknya secara *online* dan belum membuka toko *offline*, walaupun pada kenyataannya banyak konsumen yang menanyakan hal tersebut. Dalam rangka meningkatkan penjualan setiap produk dan memenuhi permintaan konsumen maka pemilik usaha memutuskan untuk membuat toko *offline* Hans Company. Namun, sebelum mengambil keputusan penting di perusahaan, diperlukan suatu analisis lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layak atau tidaknya pendirian konveksi dan toko pakaian Hans Company ditinjau dari aspek pasar, teknis, dan finansial, di mana hasil penelitian ini nantinya akan berguna sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan investasi dan untuk mengetahui kelayakan bisnis konveksi dan toko pakaian melalui analisis yang dilakukan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan<sup>[2]</sup>.

Usaha dikatakan layak jika ketika dijalankan menghasilkan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas. Pengertian keuntungan dapat diartikan berbeda menurut pihak-pihak tertentu yang terdampak oleh investasi yaitu kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang menganalisis secara mendalam mengenai suatu usaha manfaatnya secara ekonomis maupun dampak investasi terhadap lingkungan sekitar<sup>[3]</sup>.

### 2.2 Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

#### 2.2.1 Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan analisis untuk meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki, seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasai pasar dan bagaimana strategi yang akan dijalankan<sup>[4][5]</sup>.

#### 2.2.2 Aspek Teknis

Setelah dilihat dari aspek pasar, tahap berikut yang akan dianalisis adalah mengenai aspek teknis. Maksudnya, apakah dari segi pembangunan proyek dan segi implementasi rutin bisnis secara teknis dapat dilaksanakan<sup>[1]</sup>.

#### 2.2.3 Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan proses bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran

dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya model, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus<sup>[1]</sup>.

**2.3 Metode Penelitian Investasi**

**2.3.1 Metode Net Present Value**

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal cash flow) di masa yang akan datang. Untuk menentukan nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat bunga yang dianggap relevan.  $NPV > 0$  berarti proyek tersebut dapat menciptakan cash inflow dengan persentase lebih besar daripada opportunity modal yang ditanamkan. Apabila  $NPV = 0$ , proyek kemungkinan dapat diterima karena cash flow yang diperoleh sama dengan opportunity cost dari modal. Jadi, semakin besar NPV maka akan semakin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan<sup>[3]</sup>.

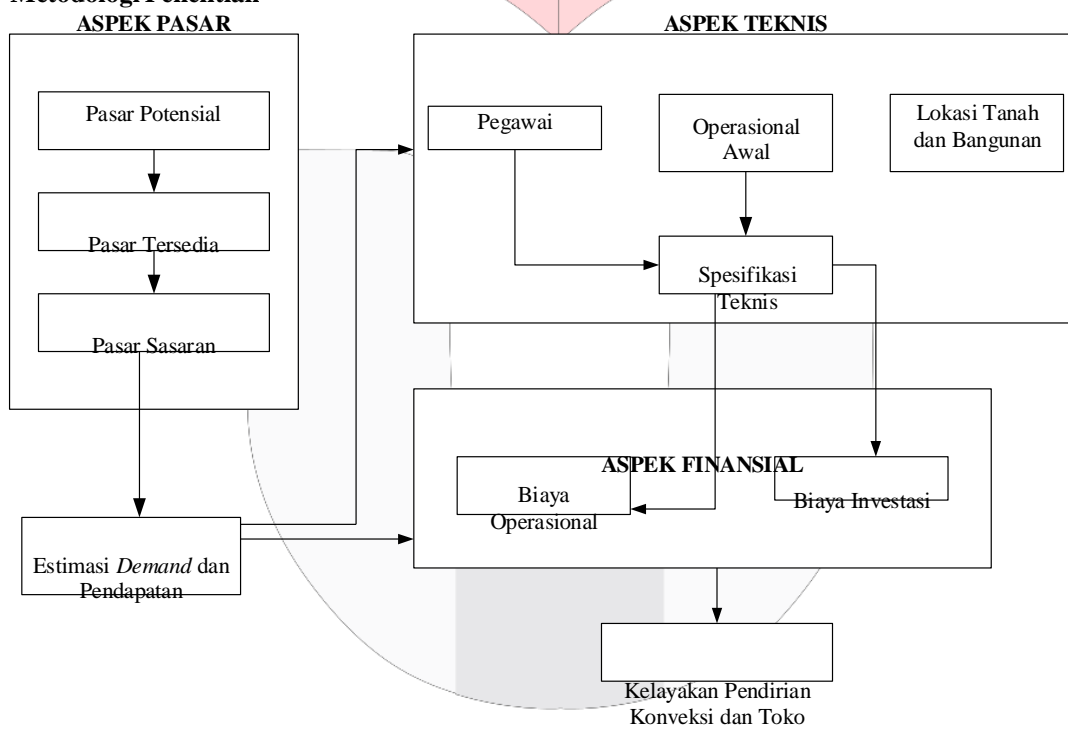
**2.3.2 Metode Internal Rate of Return**

Metode *internal rate of return*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal<sup>[1]</sup>.

**2.3.3 Metode Payback Period**

*Payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan suatu waktu. Jadi pada umumnya metode ini digunakan sebagai pendukung metode lain yang lebih baik<sup>[1]</sup>.

**3. Metodologi Penelitian**



Gambar 2 Model Konseptual

**4. Analisis**

Pada penelitian ini, dari hasil penyebaran kuesioner kepada 300 responden, didapatkan hasil pasar potensial sebesar 88.67%, pasar tersedia sebesar 82,67%, dan perusahaan membidik pasar sasaran sebesar 2% dari pasar tersedia.

Tabel 1 Penentuan Jumlah Demand Celana di Tahun Pertama

| BESARNYA PASAR CELANA |                 |                |               |               |
|-----------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| Jumlah Mahasiswa      | Pasar Potensial | Pasar Tersedia | Pasar Sasaran | Jumlah Demand |
| 121,793               | 88.67%          | 82.67%         | 2%            | 1,786         |
|                       | 107,990         | 89,271.56      | 1,785.43      |               |

Tabel 2 Penentuan Jumlah *Demand* Polo Shirt di Tahun Pertama

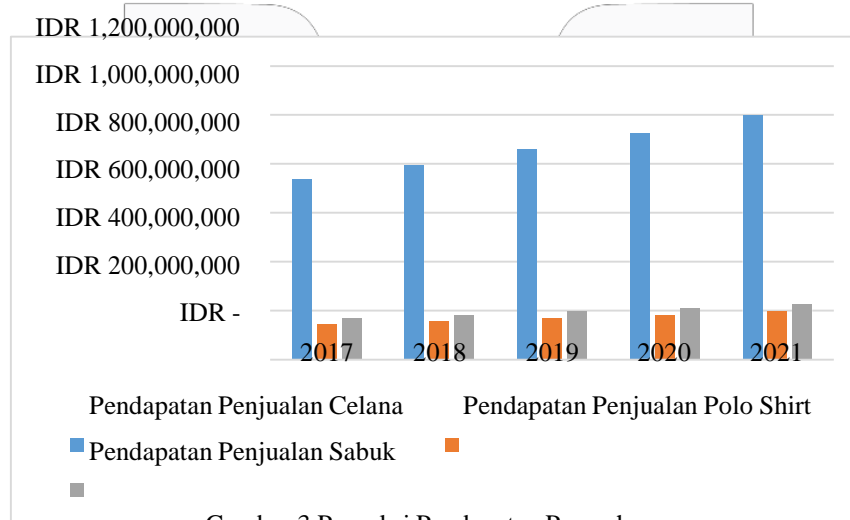
| <b>BESARNYA PASAR POLO SHIRT</b> |                 |                |               |               |
|----------------------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| Jumlah Mahasiswa                 | Pasar Potensial | Pasar Tersedia | Pasar Sasaran | Jumlah Demand |
| 121,793                          | 89%             | 86.0%          | 1%            | 933           |
|                                  | 108,396         | 93,220.36      | 932.20        |               |

Tabel 3 Penentuan Jumlah *Demand* Sabuk di Tahun Pertama

| <b>BESARNYA PASAR SABUK</b> |                 |                |               |               |
|-----------------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| Jumlah Mahasiswa            | Pasar Potensial | Pasar Tersedia | Pasar Sasaran | Jumlah Demand |
| 121,793                     | 85%             | 78.33%         | 1%            | 811           |
|                             | 103,524         | 81,093.84      | 810.94        |               |

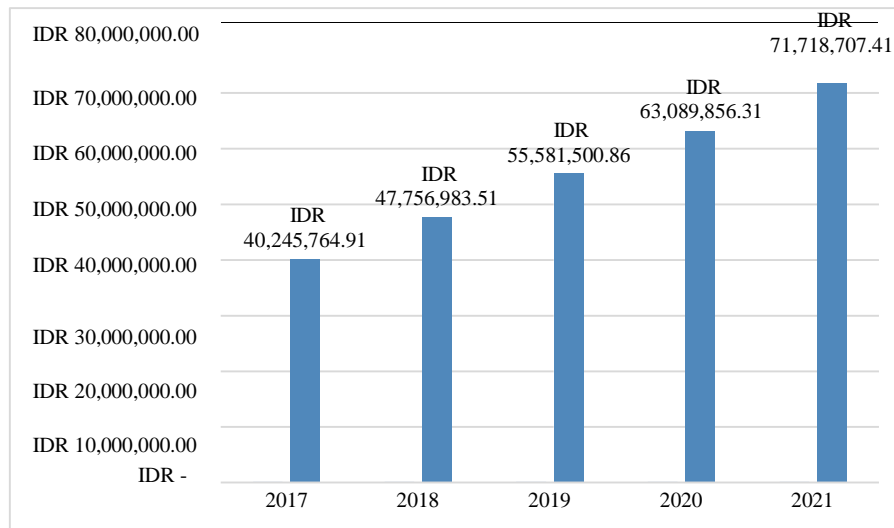
Dari aspek teknis setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, maka dapat diketahui lokasi pembukaan konveksi dan toko pakaian Hans Company di Kota Bandung. Dapat diketahui juga bahwa struktur organisasi pada penelitian ini terdiri dari 1 orang manajer produksi, 1 orang manajer toko, 2 orang pegawai produksi, 2 orang pelayan toko, dan 1 orang kasir.

Pengumpulan dan pengolahan data dari aspek pasar dan aspek teknis, maka dilakukan analisis pada aspek finansial. Aspek yang paling penting dalam menilai kinerja perusahaan adalah aspek finansial. Dari analisa aspek finansial dapat diketahui posisi keuangan perusahaan dalam 5 tahun ke depan sehingga dapat dilakukan perbaikan jika terdapat ketidaksesuaian dari sisi keuangan. Dari peramalan *demand* yang telah dilakukan dan harga masing-masing produk yang telah ditentukan, maka didapatkan proyeksi pendapatan sebagai berikut.



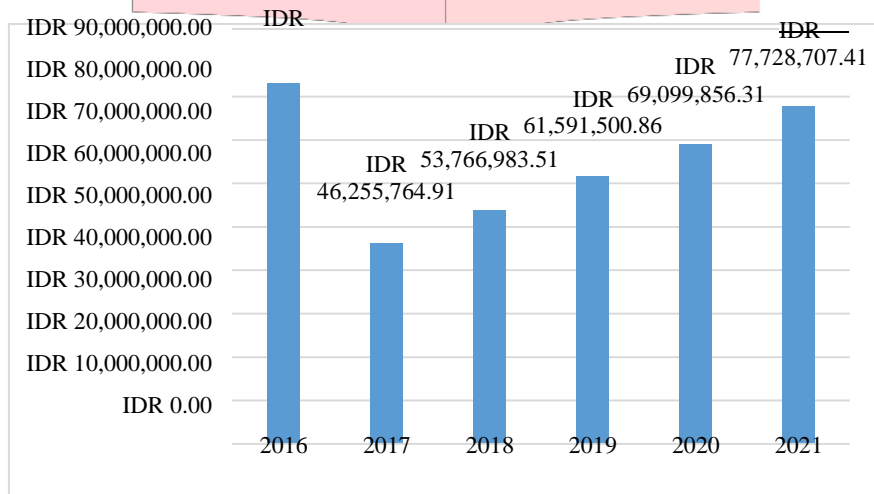
Gambar 3 Proyeksi Pendapatan Perusahaan

Dari hasil perhitungan proyeksi pendapatan, pada tahun pertama pendapatan penjualan celana yang diperoleh adalah sebesar Rp 739.200.000, pendapat penjualan Polo *Shirt* adalah sebesar Rp 144.750.000, sedangkan pendapatan penjualan sabuk adalah sebesar Rp 168.000.000, dan pada tahun-tahun berikutnya proyeksi pendapatan terus mengalami peningkatan untuk semua jenis produk. Setelah mengetahui proyeksi pendapatan untuk 5 tahun ke depan, maka dapat diketahui proyeksi laba rugi sebagai berikut.



Gambar 4 Estimasi Keuntungan Bersih

Estimasi keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan pada Gambar 4 terus meningkat dari tahun ke tahun. Keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan pada akhir periode adalah Rp. 71.718.707,41.



Gambar 5 Net Inflow

NPV merupakan salah satu metode pengukuran kriteria kelayakan. Suatu investasi dapat dikatakan layak bila  $NPV > 0$ . Nilai NPV didapatkan dari selisih antara *cash in* dengan *cash out* dengan memperhitungkan titik waktu sekarang pada tingkat pengembalian minimum (MARR). Dari hasil perhitungan NPV pendirian konveksi dan toko pakaian pria ini, didapatkan besarnya NPV untuk periode 5 tahun kedepan adalah Rp 88.181.562. Oleh karena itu, karena  $NPV > 0$  (bernilai positif), maka investasi dapat dikatakan layak.

Salah satu indikator penting untuk menentukan kelayakan suatu investasi adalah *Internal Rate of Return* (IRR). Pada analisis pendirian konveksi dan toko pakaian pria ini tingkat IRR yang dicapai untuk periode investasi 5 tahun adalah 30.76%. Tingkat IRR yang telah dicapai oleh perusahaan tersebut berarti bahwa bisnis ini memberikan laju keuntungan sebesar 30.76% per tahun. Angka IRR ini lebih besar jika dibandingkan dengan MARR (*Minimum Attractive Rate of Return*) yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan oleh perusahaan yaitu 12%, maka dapat dikatakan pendirian konveksi dan toko pakaian pria ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas peningkatan biaya operasional mengalami perubahan PBP menjadi 5.329 tahun ketika biaya dinaikkan 100%, peningkatan biaya investasi pendirian konveksi dan toko pakaian pria Hans Company tetap dikatakan layak ketika biaya dinaikkan 100%, peningkatan biaya bahan baku mengalami perubahan PBP menjadi 5.239 tahun ketika dinaikkan 6%, penurunan harga jual mengalami perubahan PBP menjadi 5.673 tahun ketika diturunkan 2%, dan penurunan jumlah pelanggan mengalami perubahan PBP menjadi 5.595 tahun ketika diturunkan 2%.

Tujuan dilakukannya analisis risiko pada dasarnya agar dapat mengetahui, meminimalisir, dan mengelola risiko apa saja yang berdampak negatif pada tujuan perusahaan. Berikut merupakan risiko yang mungkin akan di hadapi perusahaan.

- a. Diversifikasi produk
- b. *Market Position*
- c. Fluktuasi harga
- d. Kerusakan mesin produksi

Pengukuran dan pengelolaan analisis risiko menggunakan metode *Enterprise Risk Management* untuk melihat risiko mana yang lebih diprioritaskan. Dari risiko yang telah diidentifikasi oleh perusahaan, risiko diversifikasi produk merupakan risiko yang paling diantisipasi oleh perusahaan karena kemungkinan produk tidak diterima oleh pasar akan sangat berpengaruh pada pendapatan perusahaan.

## 5. Kesimpulan

Pada penelitian ini, dari hasil penyebaran kuesioner, didapatkan hasil pasar potensial untuk produk celana jeans adalah 88.67%, produk polo *shirt* adalah 89%, dan sabuk adalah 85%. Pasar tersedia untuk produk celana jeans adalah 82.67%, produk polo *shirt* adalah 86%, dan sabuk adalah 78.33%. Pasar sasaran untuk produk celana jeans adalah 2%, produk polo *shirt* adalah 1%, dan sabuk adalah 1%.

Aspek teknis pada penelitian dapat dianggap layak karena menganalisis berdasarkan beberapa aspek penting yang ada. Jumlah tenaga kerja, sarana dan prasarana, dan *layout* yang ada dapat mendukung dalam pemenuhan *demand* perusahaan.

Pada penelitian ini aspek finansial yang dihitung adalah kebutuhan dana investasi, proyeksi pendapatan, biaya operasional, laba rugi, *cashflow* dan *balance sheet* yang digunakan untuk menghitung tingkat investasi seperti NPV, IRR, dan PBP. Berikut adalah hasil perhitungan tingkat investasi pendirian konveksi dan toko pakaian pria.

- a. NPV: Rp 88.181.562
- b. IRR: 30.76%
- c. PBP: 3.440 Tahun

Dari hasil perhitungan di atas, maka pembukaan toko pakaian dan konveksi Hans Company dikatakan layak untuk dijalankan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling berpengaruh pada kelayakan investasi pendirian konveksi dan toko pakaian pria adalah penurunan jumlah pelanggan dan penurunan harga jual.

Berdasarkan analisis risiko yang mungkin terjadi pada investasi pendirian konveksi dan toko pakaian pria Hans *Company* ini, investasi masih dapat dikatakan layak untuk dijalankan ketika persentase risiko total 8% ditambah dengan interest rate 12%, dan interest rate menjadi 20% menghasilkan nilai NPV Rp 42.562.193, IRR sebesar 30.76%, dan nilai PBP 4,074 tahun.

## 6. Daftar Pustaka

- [1] Seputar Indonesia. (2011). Jakarta.
- [2] Umar, Husein. (2001). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Husnan dan Suwarsono. (2000).
- [4] Ramadhani. (2001).
- [5] Mardi. (2015).
- [6] Naufal Furqon Amaly. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi Di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. Tugas Akhir. Bandung: Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom.
- [7] Zaky Abdul Karim. 2015. Analisis Kelayakan Investasi Workshop Inglorious Cloth Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknik, Dan Aspek Finansial Dikota Bandung. Tugas Akhir. Bandung: Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom.
- [8] Siti Hadijah. 2015. Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Cv. Arga Konveksi Di Kota Depok, Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. Tugas Akhir. Bandung: Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom.