ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN BISNIS SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA PRODUSEN PAKAIAN MUSLIM PRIA AL BUCHORY

Dini Nuraisyah[1], Endang Chumaidiyah[2], Devi Pratami[3]

[1,2,3]**Program Studi Teknik Industri,Fakultas Rekayasa Industri,Universitas Telkom**

dini.nuraisyah93@gmail.com endangcn@gmail.com devipratami@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Al Buchory merupakan produsen pakaian muslim pria yang berdiri sejak 2010. Produk yang ditawarkan Al Buchory berupa pakaian muslim berjenis koko, jasko, dan pakistan. Al Buchory memasarkan produknya secara offline tetapi seiring perkembangan zaman pertumbuhan sistem belanja online semakin pesat sehingga mendorong Al Buchory untuk mengembangkan bisnisnya dengan memasarkan produk secara online. Dalam menjalankan rencana pengembangan bisnis ini sebuah penelitian dilakukan untuk menjamin kelayakan dari pengembangan bisnis yang dilakukan. Menggunakan studi literatur, studi lapangan, dan kuesioner untuk mengumpulkan data maka dilakukan analisis kelayakan pengembangan bisnis yang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Dilakukan juga peramalan menggunkan metode regresi linier untuk mendapatkan estimasi demand offline. Pengembangan bisnis Al Buchory dinyatakan layak untuk dilakukan karena memenuhi kriteria kelayakan investasi dengan NPV Rp198.289.971 dengan IRR sebesar 24.98% dan PP selama 4 tahun 2 bulan dan 23 hari.

Kata Kunci : Studi kelayakan, Peramalan, Al Buchory, Online

Abstract

Al Buchory is a muslim men's clothing manufacturer that was founded in 2010. The products offered by Al Buchory are in the form of muslim clothing such as koko, jasko, and pakistan. Al Buchory sells it's products offline, but in the current technological era, online shopping systems are growing rapidly, encouraging Al Buchory to develop it's own online marketing business. In carrying out this business development plan a study was conducted to ensure the feasibility of business development. Using literature studies, field studies, and questionnaires to collect data, a feasibility study is conducted on the market aspects, technical aspects and financial aspects Forecasting is also used with linear regression method to get an estimate of offline demand. Al Buchory's business development was declared feasible because it fulfilled the investment eligibility criteria with an NPV Rp198.289.971, IRR 24.98% and PP 4 years 2 months 23 days.

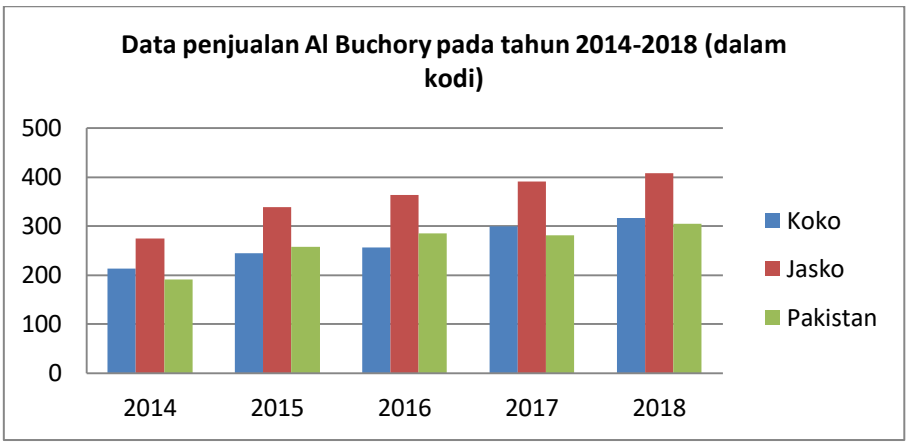
Keywords: Feasibility Study, Forecasting, Al Buchory, Online

1. Pendahuluan

Pakaian pada dasarnya merupakan salah satu kebutuhan paling pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal. Begitu pentingnya peran pakaian dalam kehidupan manusia Thomas Carlyle (1843) dalam Ernawati & Zamroni(2015)[1] mengatakan "pakaian merupakan perlambang jiwa" , hal ini menegaskan bahwa pakaian dan manusia merupakan dual hal yang erat berhubungan dan tidak dapat dipisahkan.

Berdasarkan data badan pusat statistic (BPS) sepanjang triwulan pertama pada tahun 2019 pertumbuhan industry tekstil dan pakaian jadi mencapai 18,98%. Angka ini merupakan catatan kenaikan paling tinggi dibandingkan periode-periode sebelumnya, pada triwulan yang sama pada tahun 2018 pertumbuhannya hanya mencapai angka 7,46% saja.

Al Buchory sebagai salah satu industry pakain jadi turut berkontribusi dalam pertumbuhan industri pakaian yang pesat ini. Berdasarkan data penjualan tahun sebelumnya produk pakaian muslim pria yang dihasilkan Al Buchory terus mengalami peningkatan permintaan setiap periodenya. Sepanjang tahun 2017 Al Buchory mampu menjual 19447 buah produknya dan meningkat sebanyak 5.87% pada tahun 2018 menjadi 20580 buah.



Gambar 1 Data penjualan Al Buchory

(Sumber: Data Al Buchory 2019)

Meskipun pasar offline Al Buchory cukup stabil, tetapi seiring berkembangnya zaman dan teknologi berkembang pula sistem belanja online. meskipun diakui system belanja online belum dapat menggeser system belanja offline tetapi kita tidak boleh mengesampingkan potensi system belanja online untuk kedepannya.

Di Indonesia sendiri perkembangan saluran berlanja online ini terbilang cukup pesat. Menurut survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 54,68% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta jiwa yaitu 143.26 juta jiwa dan 32,19% diantaranya menggunakan internet untuk berbelanja secara online. dan 49.2% barang yang dibeli seccara online adalah pakaian.

Melihat pesatnya perkembangan system belanja online Al Buchory memiliki keinginginan untuk memperluas pasar melalui system belanja online yang diharapkan dapat meningkatkan keuntungan dan mengembangkan bisnis AL Buchory. Maka dari itu diperlukan adanya analisis kelayakan bisnis untuk mengetahui layak atau tidaknya bagi Al Buchory untuk melakukan pengembangan bisnis offline yang dimilikinya kearah system online tanpa menggangu system penjualan offline yang sudah ada.

2. Dasar teori

2.1 Aspek Pasar

Aspek pasar meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasai pasar dan bagaimana strategi yang dijalankan. Aspek pasar dibagi menjadi pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran[2].

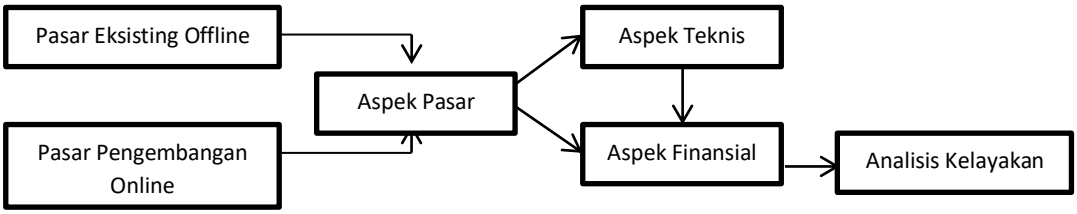
2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan input (penyediaan) dan output (produki) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selessai dibangun[3].

2.3 Aspek Finansial

Studi kelayakan terhadap aspek keuangan perlu menganalisis bagaimana prakiraan aliran kas akan terjadi. Pada umumnya ada empat metode yang biasa dipertimbagkan untuk dipakai dalam penilaian aliran kas dari suatu investasi, yaitu metode Payback Periode, Net Present Value, Internal Rate of Return dan Profitabiliti Index serta Break Even Point[4].

3. Metodologi penelitian



Gambar 2 Mode Konseptual

Berdasarkan gambar diatas analisis kelayakan yang dilakukan dalam penilitian ini dimulai dengan mengidentifikasi pasar eksisting offline dan pasar pengembangan online bagi produk Al Buchory kemudian dilakukan analisis aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial disertai perancangan aplikasi yang nantinya membantu dalam memberikan kesimpulan dari analisis kelayakan yang dilakukan.

Aspek pasar yang diteliti berasal dari pasar eksisting offline dan pasar pengembangan online. Estimasi demand pada pasar eksisting offline berasal dari data demand tahun sebelumnya. Sedangkan untuk estimasi demand pasar pengembangan online didapatkan dengan mengidentifikasi dan menganalisis pasar potensial, pasat tersedia dan pasar sasaran. Hasil estimasi demand dari pasar online dan offline ini nantinya akan menjadi masukan dalam analisis aspek teknis dan aspek finansial.

Dalam aspek teknis ditentukan model proses bisnis yang digunakan dalam produksi Al Buchory sehingga dapat diperkirakan kebutuhan biaya tenaga kerja, bahan baku dan operasianal untuk pengembangan bisnis Al Buchory.

Setelah didapatkan data dari aspek pasar dan aspek teknis maka dilakukan analisis aspek finansial. Dalam analisis aspek finansial dihitung besar investasi yang dibutuhkan, biaya operasional, estimasi pendapatan serta proyeksi laporan keuangan. Aspek finansial akan memproyeksikan keuntungan usaha serta tingkat pengembalian investasi.

Setelah melakukan analisis aspek pasar, teknis, dan finansial maka selanjutnya diperlukan untuk melakukan analisis sensitivitas. Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan variabel-variabel dapat mempengaruhi sistem dalam menghasilkan keuntungan. Setelah semua aspek diteliti maka dapat ditarik kesimpulan apakah usaha tersebut dapat dipertimbangkan sebagai usaha yang layak dikembangkan atau tidak.

4. Pembahasan

4.1 Aspek pasar

Pasar potensial

Penentuan pasar potensial dilakukan berdasarkan rekap kuesioner. Responden yang menunjukan minat terhadap produk pakaian muslim pria berjenis koko, jasko dan pakistan dapat dihitung sebagai pasar potensial.

Sebanyak 92% responden atau sebanyak 96 orang menunjukan minat terhadap produk pakaian muslim pria berjenis koko, jasko dan pakistan. Maka pasar potensial produk adalah sebesar 92% atau sebanyak 3.054.538 orang.

Pasar tersedia

Pasar tersedia merupakan responden yang menunjukan minat terhadap produk pakaian muslim pria berjenis koko, jasko dan pakistan dan sanggup atau memiliki kemampuan untuk membelinya. Jika dilihat dari rekap kuesioner responden yang menunjukan minat dan sanggup untuk membeli produk pakaian muslim pria berjenis koko, jasko dan pakistan sebanyak 94 responden atau sebesar 90%. Maka pasar sasaran produk adalah sebesar 90% atau sebanyak 2.749.085 orang.

Pasar sasaran

Pasar sasaran merupakan pasar tersedia yang yang mampu dilayani oleh perusahaan. Dalam menentukan pasar sasaran selain mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menangani permintaan kompetitor juga merupakan salah satu factor pertimbangan utama dalam menentukan pasar sasaran. Buchory. Karena kompetitor memiliki segmen pasar dan jenis produk yang tidak jauh berbeda dengan Al Buchory serta mempertimbangkan market share yang dimiliki kompetitor dan kemampuan perusahaan menangani permintaan maka ditentukan bahwa Al Buchory akan mengambil 0.02% pasar sasaran.

Perkiraan demand

Sebelumnya sudah dijelasakan bahwa pasar potensial produk pakain muslim pria berjenis koko, jasko dan Pakistan adalah 3.054.538 orang. Jika diasumsikan satu orang membeli satu buah pakaian setiap bulannya maka setidaknya terdapat 36.654.456 buah permintaan pakaian muslim pria pada setiap tahun, sehingga didapatkan pasar sasaran sebesar 5.5939 buah. Pasar sasaran ini kemudian dijadikan acuan proyeksi demand menjadi ;

Tabel 1 Proyeksi demand

Tahun	2020	2021	2022	2023	2024
Demand	5.939	6356	6802	7277	7788

4.2 Aspek teknis

Kapasitas produksi

Kapasitas produksi eksisting adalah 60 buah perhari dengan 6 orang staff dan jam kerja dari jam 08.00 s/d 16.00 dengan istirahat siang selama satu jam dan hari kerja 6 hari seminggu dengan hari jumat libur.

Kebutuhan bahan baku

Bahan baku yang dibutuhkan dalam membuat produk Al Buchory adalah benang jahit, benang obras, kertas keras, kain spun untuk koko, kain drill untuk jasko, kain katun ima untuk Pakistan, kancing, serta plastic packanging.

Kebutuhan tenaga kerja

Kebutuhan tenaga kerja disesuaikan dengan banyaknya permintaan, pada tahun 2020 diperlukan 8 orang pekerja, pada tahun 2021 diperlukan 8 orang pekerja, pada tahun 2022 diperlukan 9 orang pekerja pada tahun 2023 diperlukan 10 orang pekerja dan pada tahun 2024 diperlukan 11 orang pekerja.

Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan yaitu mesin jahit, mesin obras, mesin lobang, mesin kancing, mesin potong, setrika uap, setrika listrik, meja, gunting, computer, dan website.

4.3 Aspek finansial

Biaya investasi

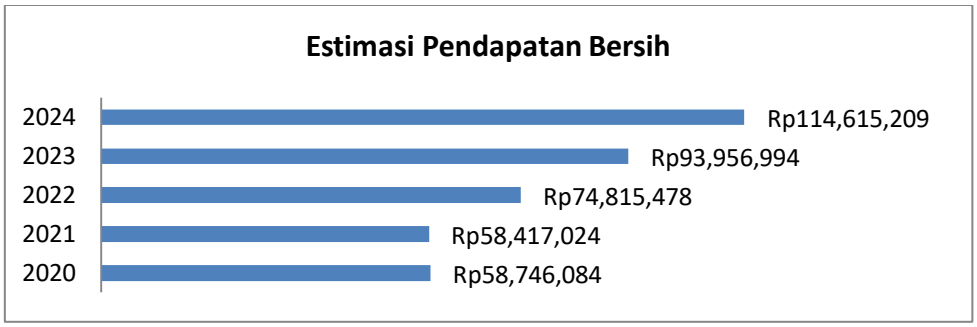
Biaya investasi yang dikeluarkan perusahaan merupakan biaya investasi untuk mesin dan peralatan serta sarana penunjang seperti website. Biaya yang dikeluarkan untuk investasi awal adalah RP 83.640.000.

Kebutuhan dana

Dengan biaya investasi sebesar Rp 83.550.000 dan working capital sebesar Rp 279.505.788 maka dibutuhkan total dana Rp 363.055.788. Sumber dana yang diperlukan ini sebanyak Rp. 200.000.000 berasal dari pinjaman bank berjangka waktu lima tahun dengan bunga sebesar 9.98% sedangkan sisanya berasal dari dana pribadi pemilik.

Pendapatan bersih

Earning After Interst and Tax atau disingkat menjadi EAIT adalah pendapatan yang dihasilkan setelah dikurangi bunga pinjaman dan pajak. EAIT ini juga dapat dikatakan sebagai pendapatan bersih perusahaan.



Gambar 3 Estimasi Pendapatan bersih

Berdasarkan grafik diatas pendapatan bersih perusahaan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ketahun meskipun sempat mengalami sedikit penurunan pada tahun kedua yaitu sebesar 0.56% kemudian mulai mengalami peningkatan pada tahun ketiga sebesar 28.07%, pada tahun keempat mengalami peningkatan sebesar 25.58% dan pada tahun kelima menjadi 21.99%.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value atau disingkat menjadi NPV merupakan salah satu indicator dalam analisis kelayakan yang menentukan layak tidaknya suatu bisnis dijalankan atau dikembangkan. Sebuah bisnis dinyatakan layak untuk dijalankan apabila nilai NPV > 0. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan untuk pengembangan bisnis Al Buchory memiliki nilai NPV sebesa Rp 198.289.971sehingga bisnis layak untuk dikembangkan.

Internal Rate of Rerurn (IRR)

Internal Rate of Rerurn aatau disingkat menjadi IRR merupakan indicator yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian suatu investasi. Sebuah bisnis dinyatakan layak untuk dijalankan apabila nilai IRR dari bisnis tersebut lebih besar dari nilai tingkat pengembalian minimum usaha yang diinginkan atau biasa disebut MARR. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan nilai IRR untuk pengembangan bisnis Al Buchory adalah sebesar 24.98% lebih besar dari MARR yang telah ditentukan sebelumnya yaitu sebesar 9.98%, maka pengembangan usaha Al Buchory dinyatakan layak.

Payback Period (PP)

Payback Period (PP) diperlukan sebagai indikator untuk mengetahui lama waktu yang diperlukan untuk pengembalian modal awal. Sebuah bisnis dapat dinyatakan layak untuk dijalankan jika payback period lebih pendek dari umur investasi yang telah ditentukan. Dalam hal ini AL Buchory menentukan umur investasi bisnis selam lima tahun. berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya didapatkan sebesar payback period 4.228, artinya Al Buchory akan mendapatkan pengembalian modal dalam kurun waktu 4 tahun 2 bulan dan 23 hari. Maka pengembangan usaha Al Buchory dinyatakan layak.

4.4. Sensitivitas

Analisis sensitifitas diperlukan untuk mengantisipasi dampak yang dihasilkan akibat perubahan beberapa variable yang berpengaruh terhadap jalan proses operasional perusahaan. Analisis sensitivitas dilakukan terhadap perubahan biaya bahan baku, perubahan biaya tenaga kerja, perubahan demand dan perubahan harga jual produk. Dalam penelitian ini investasi dikatakan layak jika

- Biaya bakan baku tidak mengalami kenaikan lebih dari 8%.
- Biaya tenaga kerja tidak mengalami kenaikan lebih dari 9% .
- Jumlah demand tidak mengalami penurunan lebih dari 25%.
- Harga jual tidak mengalami penurunan lebih dari 5%.

5. Kesimpulan

Berdasarkan nilai NVP, IRR, dan PP yang dihasilkan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis AL Buchory layak untuk dijalankan.

Daftar Pustaka

[1]Ernawati, & Zamroni, S. (2015). Info Komoditi Pakaian Jadi. Jakarta: Al Mawardi Prima.

[2]Kotler. P. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

[3]Kasmir, & Jakfar. (2003). Studi Kelayakan Bisnis Edisi 1. Jakarta: Kencana Prenada Media.

[4]Umar, H. (2003). Studi Kelayakan Bisnis Edisi 2. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.