

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS *STARTUP* PRODUK SKINCARE EBC PADA CV.ATHIA MULYA ABADI

### *FEASIBILITY ANALYSIS OF STARTUP BUSINESS EBC SKINCARE PRODUCTS IN CV.ATHIA MULYA ABADI*

Ajeng Kirana K T<sup>1</sup>, Dr. Ir. Endang Chumaidiyah, M.T.<sup>2</sup>, Dr. Anton Abdulbasah Kamil<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom  
<sup>1</sup>[ajengkiranakt@gmail.com](mailto:ajengkiranakt@gmail.com), <sup>2</sup>[endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id](mailto:endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id),  
<sup>3</sup>[antonkamil@telkomuniversity.ac.id](mailto:antonkamil@telkomuniversity.ac.id)

#### Abstrak

CV. Athia Mulya Abadi adalah startup bisnis yang bergerak di sektor kecantikan yang menjual produk perawatan kulit dengan merek dagang "EBC". Bisnis ini telah berjalan selama 1 tahun dan ingin mengembangkan bisnisnya secara online. Karena bisnis baru, studi kelayakan bisnis harus dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bisnis perawatan kulit EBC layak untuk dijalankan dalam hal aspek pasar, aspek teknis dan aspek keuangan. Analisis aspek pasar digunakan untuk menentukan pasar potensial, pasar yang tersedia dan pasar sasaran. Pengumpulan data pasar menggunakan kuesioner, sehingga persentase pasar potensial adalah 65,84%, pasar tersedia untuk 57,43% dari pasar potensial, dan target pasar adalah 2% dari pasar yang tersedia. Aspek teknis analisis dilakukan untuk melihat pengeluaran dan insentif yang terjadi dalam bisnis perawatan kulit EBC dalam 5 tahun ke depan. Hasil perhitungan aspek keuangan, diperoleh nilai NPV (Net Present Value) sebesar Rp 331.125.492, nilai IRR (Internal Rate of Return) 31,64% dan PBP (Pay Back Periode) 4 tahun. Karena nilai IRR lebih besar dari nilai MARR 11,74% dan nilai NPV lebih besar dari 0, bisnis perawatan kulit EBC dikatakan layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** Analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP, EBC Skincare

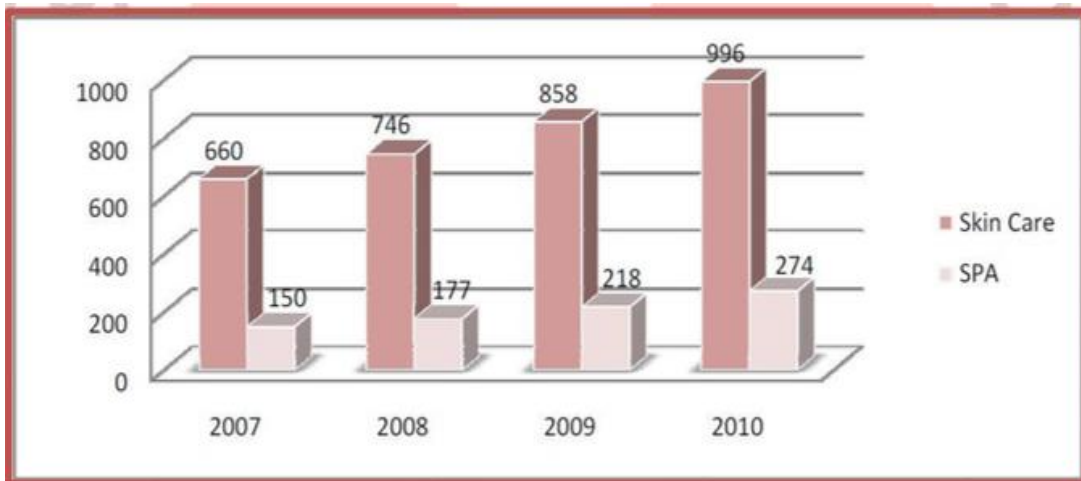
#### Abstract

CV. Athia Mulya Abadi is a business startup engaged in the beauty sector that sells skincare products under the brand name "EBC". This business has been running for 1 year and wants to grow its business online. Because of a new business, a business feasibility study must be conducted. This study aims to determine whether the EBC skincare business is feasible to run in terms of market aspects, technical aspects and financial aspects. Analysis of market aspects is used to determine potential markets, available markets and target markets. Market data collection uses a questionnaire, so that the potential market percentage is 65.84%, the market is available for 57.43% of the potential market, and the target market is 2% of the available market. Technical aspects of the analysis are carried out to see expenditures and incentives that occur in the EBC skincare business in the next 5 years. The results of the calculation of financial aspects, obtained the value of NPV (Net Present Value) of Rp 331,125,492, the value of IRR (Internal Rate of Return) of 31.64% and PBP (Pay Back Period) 4 years. Because the IRR value is greater than the MARR value of 11.74% and the NPV value is greater than 0, the EBC skincare business is said to be feasible to run.

**Keywords:** Feasibility analysis, NPV, IRR, PBP, EBC Skincare

## 1. Pendahuluan

Pada era saat ini industri skincare atau produk perawatan tubuh dan wajah di Indonesia berkembang dengan pesat. Hal tersebut dikarenakan para kaum perempuan banyak yang sudah menyadari pentingnya merawat tubuh dan wajah dengan baik untuk mendapatkan kesempatan bagus di dunia pekerjaan maupun untuk kepuasan pribadi. Melihat potensi yang cukup baik pada industri kecantikan tersebut banyak perusahaan terinspirasi untuk membuat berbagai jenis perawatan kecantikan. Umumnya yang sudah banyak di pasaran yaitu spa dan perawatan kulit. Berdasarkan Data Spire Research and Consulting Market Analysis tahun 2010, dari kedua perawatan kecantikan tersebut ternyata perawatan kulit lebih banyak dipilih oleh masyarakat dengan perbedaan yang cukup signifikan dengan selisih 510 orang pada tahun 2007, selisih 569 orang pada tahun 2008, selisih 640 orang pada tahun 2009 dan selisih 722 pada tahun 2010. Selisih antara peminat produk perawatan dengan spa meningkat setiap tahunnya dari 2007 hingga 2010, hal ini dapat dilihat pada gambar I.



Gambar I Data Market Analisis

Melihat perkembangan yang cukup pesat pada industri skincare dan meningkatnya peminat produk skincare di setiap tahunnya menunjukkan adanya potensi peluang bisnis skincare yang cukup baik dengan penjualan via online maupun penjualan melalui salon kecantikan dan toko kosmetik. Untuk terjun pada bisnis skincare dengan membuat merk sendiri tidak memerlukan modal yang besar ataupun harus memiliki pabrik sendiri dikarenakan untuk proses produksi dapat memesan melalui vendor dengan mencetak nama merk yang dibuat sendiri, hal tersebut lah yang melatar belakangi owner CV. ATHIA MULIA ABADI untuk membuat bisnis penjualan skincare dengan nama EBC (Esty Beauty Center) dengan cara menjual produk kepada distributor yang selanjutnya akan disalurkan ke toko kecantikan dan juga secara online. Esty Beauty Center atau EBC ini menyediakan produk perawatan tubuh dan muka yang dijual bebas tanpa resep dokter, namun produk yang dijual tetap aman karena sudah lulus sertifikasi BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan sertifikasi halal. Tetapi walaupun produk EBC ini tanpa resep dokter, produk yang dijual sudah digolongkan berdasarkan beberapa tipe kondisi kulit manusia pada umumnya yaitu untuk kulit kering, kulit berminyak dan kulit normal. Bisnis ini sekarang masih dilakukan secara informal, dan EBC merencanakan untuk membuat bisnis *skincare* ini berjalan secara formal. Tentu saja pengembangan ini akan membutuhkan investasi yang cukup besar sehingga perlu dilakukan studi kelayakan untuk mengetahui apakah bisnis tersebut layak, memerlukan perbaikan atau perlu dihentikan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Pengertian Studi Kelayakan

Menurut Umar (2005) Studi Kelayakan Bisnis merupakan sebuah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya sebuah bisnis dibangun, namun juga saat dioperasionalkan secara rutin untuk mencapai keuntungan yang maksimal pada waktu yang tidak ditentukan menggunakan metode tertentu untuk memberikan manfaat yang lebih besar.

### 2.2 Aspek Pasar

Dalam studi kelayakan, menurut Freddy (2012) aspek pasar membahas besarnya permintaan, penawaran, dan harga. Tujuan perlu dibahasnya aspek pasar yaitu untuk mengetahui tingkat penyerapan pasar agar tidak terjadi produksi berlebih yang akan menurunkan harga. Terdapat tiga aspek yang dapat ditinjau dalam aspek pasar :

1. Pasar Potensial (*Potential Market*)  
Sekelompok konsumen yang memiliki ketertarikan tertentu terhadap penawaran pasar baik berupa barang maupun jasa merupakan pengertian pasar potensial.
2. Pasar Tersedia (*Available Market*)  
Pasar tersedia yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki ketertarikan, penghasilan, dan akses pada suatu penawaran.
3. Pasar Sasaran (*Target Market*)  
Pasar sasaran merupakan bagian dari pasar tersedia yang memenuhi syarat yang diputuskan oleh perusahaan untuk dikejar.

### 2.3 Aspek Teknis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) dalam aspek teknis terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu lokasi, luas produksi, tata letak, dan pemilihan teknologi untuk mendukung kelancaran proses produksi sehingga menghasilkan produk berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

#### 1. Lokasi

Melakukan pemilihan lokasi penting untuk dilakukan mengingat jika salah dalam menganalisis pemilihan lokasi dapat menyebabkan peningkatan biaya yang akan dikeluarkan. Pemilihan lokasi bergantung pada jenis usaha yang akan dijalankan, paling tidak empat lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu :

- Lokasi untuk kantor pusat
- Lokasi untuk pabrik
- Lokasi untuk gudang
- Kantor cabang

#### 2. Luas Produksi

Menentukan luas produksi berkaitan dengan jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu serta mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan untuk menentukan biaya yang paling efisien.

#### 3. Tata Letak

Tata letak adalah proses untuk menentukan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi/operasi. Untuk mencapai efisiensi tata letak dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi.

#### 4. Pemilihan Teknologi

Tingkat derajat mekanisasi yang diinginkan serta manfaat ekonomi yang dikerjakan merupakan fokus dalam pemilihan teknologi.

### 2.4 Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan suatu aspek yang digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dari investasi yang akan dikeluarkan (Freddy 2012,p.7). Untuk mengetahui aspek finansial dapat menggunakan metode *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

#### 1. *Net Present Value (NPV)*

*Net Present Value* adalah selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Umar 2007,p.200). Rumus *NPV* adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Present Value} = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

$CF_t$  = aliran kas pertahun pada periode t

$I_0$  = investasi awal pada tahun 0

$K$  = suku bunga (*discount rate*)

## 2. Payback Period (PBP)

Tujuan dari metode ini untuk mengetahui seberapa cepat waktu pengembalian investasi. *Payback period* ditentukan dengan mengetahui pada tahun keberapa kondisi *cumulative of net cash flow* dalam keadaan nol. Bisnis dapat dikatakan layak apabila *payback period* lebih kecil dari periode investasi, jika sebaliknya maka usulan investasi tidak layak dilanjutkan. Berikut ini merupakan rumus perhitungan *payback period* menurut (Freddy 2012,p.7) :

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Net Income} + \text{Depreciation}} \times 1 \text{ Tahun}$$

## 3. Internal Rate of Return (IRR)

*Internal Rate of Return* adalah cara menentukan *spesifik rate of return* dari *cash flow* suatu proyek selama masa investasi. Rumus IRR menurut (Freddy 2012, p.10) :

$$\text{IRR} = i_1 \frac{\text{NPV}_1}{\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2} \times (i_2 - i_1)$$

$\text{NPV}_1$  = NPV yang bernilai positif

$\text{NPV}_2$  = NPV yang bernilai negative

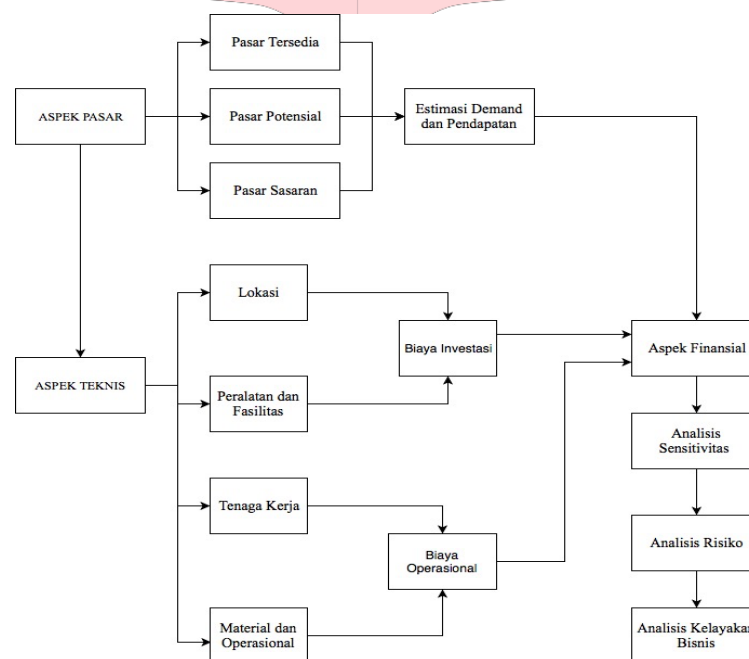
$i_1$  = tingkat suku bunga saat NPV bernilai positif

$i_2$  = tingkat suku bunga saat NPV bernilai negatif

Kriteria penilaian kelayakan berdasarkan IRR apabila :

1.  $\text{IRR} >$  tingkat suku bunga deposito, maka usulan investasi dikatakan layak.
2.  $\text{IRR} <$  tingkat suku bunga deposito, maka usulan investasi dikatakan tidak layak.

## 3. Metodologi Penelitian



Gambar II. Model Konseptual

Tahap pertama yang dilakukan adalah menganalisis aspek pasar. Aspek pasar yang akan dianalisis mencakup pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk melakukan analisis pasar, adalah dengan penyebaran kuesioner. Hasil kuesioner akan menunjukkan berapa besar pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran.

Tahap kedua yang dilakukan adalah analisis aspek teknis. Pada aspek teknis hal-hal yang dianalisis meliputi lokasi dimana bisnis akan dijalankan, peralatan dan fasilitas yang akan digunakan dalam memproduksi produk EBC, estimasi kebutuhan dan ketersediaan tenaga kerja, serta material yang dibutuhkan dalam pembuatan produk EBC dan *estimasi* kebutuhan operasional yang diperlukan. Hasil dari aspek teknis yaitu biaya investasi dan biaya operasional yang selanjutnya menjadi *input* untuk melakukan analisis finansial.

Tahap ketiga yang dilakukan adalah analisis aspek finansial. Pada aspek finansial perhitungan akan menggunakan metode *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)* sebagai kriteria dalam pengambilan keputusan kelayakan bisnis.

Setelah melakukan analisis terhadap aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial serta melakukan analisis sensitivitas dan analisis risiko maka selanjutnya yaitu pengambilan keputusan layak atau tidak layaknya bisnis dengan inovasi ini dijalankan berdasarkan ketiga aspek tersebut.

#### 4. Pembahasan

##### 1. Aspek Pasar

Data yang digunakan untuk pengumpulan dan pengolahan aspek pasar merupakan hasil dari penyebaran kuesioner. Setelah dilakukannya pengolahan data, didapatkan 3 jenis pasar yaitu:

###### a. Pasar potensial

Pasar potensial merupakan keminatan responden terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari kuesioner, persentase responden yang memiliki minat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan EBC *skincare* sebesar 65,84%.

###### b. Pasar tersedia

Pasar tersedia merupakan responden yang memiliki minat, kemampuan, daya beli dan ketersediaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari kuesioner, persentase responden yang bersedia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sebesar 57,43% dari pasar tersedia.

###### c. Pasar sasaran

Pasar sasaran merupakan bagian dari pasar tersedia. Pasar sasaran didasari oleh faktor faktor yang menjadi pertimbangan oleh perusahaan seperti kompetitor, tenaga kerja dan lain lain. Berdasarkan pertimbangan yang ada, EBC *skincare* membidik pasar sasaran sebesar 2% dari pasar tersedia.

##### 2. Aspek Teknis

Data yang digunakan untuk pengumpulan dan pengolahan aspek teknis adalah data hasil wawancara dan observasi. Hal hal yang mencakup aspek teknis adalah proses operasional, tenaga kerja, lokasi, *layout* dan peralatan operasional. Hasil dari pengolahan data pada aspek teknis yang dilakukan adalah kebutuhan dana yang harus dikeluarkan untuk menjalankan bisnis EBC *skincare*. Kebutuhan dana didapatkan dari penjumlahan Investasi tetap sebesar Rp 54.437.000, biaya registrasi BPOM sebesar Rp 1.500.000, biaya sertifikasi halal MUI sebesar Rp 250.000, biaya pembuatan CV (termasuk SIUP dan TDP) sebesar Rp 3.500.000, dan *working capital* sebesar Rp 377.795.281. Dari perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan total kebutuhan dana sebesar Rp 437.482.281.

Tabel I. Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana	
Investasi tetap	Rp 54,437,000
Biaya Registrasi BPOM	Rp 1,500,000
Biaya Sertifikasi Halal MUI	Rp 250,000
Biaya pembuatan CV (termasuk SIUP dan TDP)	Rp 3,500,000
<i>Working capital</i> (perkiraan biaya selama 3 bulan)	Rp 377,795,281
<b>Total</b>	<b>Rp 437,482,281</b>

##### 3. Aspek Finansial

Aspek finansial mencakup pengeluaran dan pemasukan yang terjadi di EBC *skincare* selama 5 tahun yang akan datang. Pengeluaran dan pemasukan ini akan dirangkum dalam laporan laba rugi, aliran kas, dan neraca. Hasil dari pembuatan laporan laba rugi, aliran kas dan neraca adalah penentuan aspek kelayakannya. Penentuan aspek kelayakan dilakukan dengan perhitungan nilai NPV, IRR dan PBP.

Tabe II. Nilai NPV, IRR dan PBP

NPV	Rp 331,125,492
Payback Period	4.0
IRR	31.64%

Berdasarkan hasil perhitungan aspek finansial, dengan nilai MARR sebesar 11,74% didapatkan nilai NPV sebesar Rp 331.125.492, nilai IRR sebesar 31,64% dan PBP sebesar 4 tahun.

#### 4. Analisis Sensitivitas

Penentuan sensitivitas berguna agar dapat melihat dampak yang akan terjadi apabila terjadi perubahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang terlibat dengan aspek finansial serta mempengaruhi kelayakan. Pada penelitian ini, faktor-faktor untuk menentukan sensitivitas adalah peningkatan biaya pembelian produk dari pabrik, peningkatan biaya tenaga kerja langsung, penurunan penjualan dan kenaikan biaya operasional. Dari hasil yang telah dihitung, variabel yang paling berpengaruh pada kelayakan bisnis adalah peningkatan biaya pembelian produk sebesar 1.05%.

#### 5. Analisis Risiko

Risiko yang terjadi pada penelitian ini adalah, risiko pasar dan risiko finansial. Dari risiko tersebut, yang menjadi prioritas dan harus secepatnya dikelola adalah risiko finansial atau peningkatan kenaikan biaya bahan baku. Dengan tingkat risiko sebesar 10%, nilai NPV = 21,74%.

### 5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa penilaian kelayakan investasi. Kelayakan investasi berupa nilai NPV > 0, Nilai IRR > MARR, dan PBP. Dengan kebutuhan dana sebesar Rp 437.482.281, didapatkan nilai NPV sebesar Rp 331.125.492, nilai IRR 31,64% dan PBP selama 4 tahun. Dari hasil perhitungan, dapat dikatakan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang diberikan untuk pemilik dan penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Saran untuk pemilik
  - Melakukan pembukuan dan pembuatan laporan rutin agar data-data penjualan dan pembelian lebih terorganisir.
  - Melihat nilai sensitivitas pada perubahan biaya pembelian produk dari pabrik yang sensitiv sebaiknya perusahaan menjalin hubungan baik dengan pabrik dan mempunyai pabrik cadangan.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya
  - Memperoleh data sekunder seperti data historis dan data kompetitor lebih banyak sebagai bahan perbandingan untuk mendapatkan kajian lebih dalam.
  - Menganalisis risiko lebih banyak lagi agar perusahaan dapat mempertimbangkan tindakan antisipatif lainnya.

### Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik.(2018). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2017. Available from: <https://www.bps.go.id> (Accessed 14 Oktober 2018)
- [2] Spire Research and Consulting Market Analysis.(2010). Data Market Produk Perawatan. Available from: <https://www.spireresearch.com> (Accessed 6 Oktober 2018)
- [3] Sigma Research Marketing & Sosial Research Agency.(2017). faktor-faktor pertimbangan konsumen dalam membeli produk perawatan wajah. Available from: <http://sigmaresearch.co.id> (Accessed 30 September 2018)
- [4] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.(2017). Pertumbuhan Pengguna Internet. Available from: <https://apjii.or.id> (Accessed 14 Oktober 2018)
- [5] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.(2016). Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Available from: <https://apjii.or.id> (Accessed 14 Oktober 2018)
- [6] Dunia Industri News Trade Industrial Community.(2016). Top 10 perusahaan skincare & kosmetik di Indonesia tahun 2016. Available from : <http://duniaindustri.com> (Accessed 1 November 2018)
- [7] Lokadata Research.(2017). Jumlah salon kecantikan di DKI Jakarta. Available from : <https://lokadata.beritagar.id> (Accessed 1 November 2018)
- [8] Umar, H . (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Kasmir & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta : Prenada Media Group.
- [10] Giatman, M. (2006). *Ekonomi Teknik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.



- [11] Gloss E, Raymond.(1976).*Business: It's Nature and Environment: An Intriduction*. Cincinnati: South-Western Publishing Co.
- [12] Rangkuti, Freddy.(2012).*Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Mikhriani. (2012). Analisis Segmentasi Pasar Perawatan Kulit Wajah Natasha Skincare Yogyakarta. *Jurnal Dakwah*. Vol.XIII.
- [14] Wahyudin,Y & Lesmana, D. (2016). Analisis Kelayakan Ekonomi Pengembangan Bisnis Pemanfaatan Kima secara Berkelanjutan. *Jurnal Mina Sains*. Vol.2.
- [15] Amber P, Khuram & Bilal M,Syed. (2014). *Techno, Economic and Environmental Feasibility of CHP for a Four Star Hotel*. IEEE Xplore. p.1-6.
- [16] Sofyan, Iban.(2003).*Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- [17] Tirto Riset.(2017). Tabel Simulasi Perhitungan Margin of Error. Available from: <https://www.tirto.id> (Accessed 8 Februari 2019)
- [18] Sufa'atin. (2017). Implementasi Probability Impact Matriks (PIM) untuk mengidentifikasi kemungkinan dan dampak risiko proyek. *Jurnal ULTIMA Infosys*. Vol.VIII
- [19] Elvira, P & Sugiarti,Y.(2013). Penerapan Risk Management Untuk Meningkatkan Non-Financial Firm Performance di Perusahaan Murni Jaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.Vol2.No.1

