

ABSTRAK

Slava merupakan sebuah usaha atau bisnis yang digagas oleh mahasiswa yang sedang melakukan studi di Kota Bandung. Bisnis ini akan bergerak di bidang penjualan produk *apparel* yang dimana pada awal pembukaannya produk yang akan dijual yaitu produk kaos dengan menggunakan bahan Cotton Combed 24s. Bahan yang digunakan oleh Slava memiliki karakteristik bahan yang relatif tidak terlalu tebal maupun tipis jika dibandingkan dengan bahan lain yaitu Cotton Combed 30s sehingga dengan pemilihan bahan tersebut diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi pemakainya. Slava akan bekerjasama dengan makloon dalam melakukan produksi produk kaosnya. Slava berencana menjual produknya secara *online* melalui *marketplace* Tokopedia. Dalam penyimpanan produknya, Slava akan memanfaatkan fasilitas pergudangan *online* yaitu Crewdible. Gudang *online* memberikan keuntungan bagi Slava dimana gudang *online* akan mengurus pengiriman dan penyimpanan produk Slava sedangkan Slava dapat fokus dalam penjualan dan pemasaran produknya. Dalam memulai bisnisnya, Slava berencana menjual tiga desain produk kaosnya. Tidak menutup kemungkinan di waktu yang akan datang Slava akan menjual produk *apparel* lainnya. Mengingat banyaknya kompetitor yang menawarkan produk yang serupa, maka diperlukannya analisis kelayakan dalam pembukaan bisnis Slava.

Dalam kajian tugas akhir ini, dilakukan tahapan pengumpulan data diantaranya dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang berada di Kota Bandung dan Kota Cimahi pada kecamatan yang berbeda. Responden yang menjadi target merupakan responden dalam rentang usia 15-29 tahun. Data dari penyebaran kuesioner ini akan diolah dan menjadi data pasar. Pengolahan data kuesioner bertujuan untuk mengetahui berapa banyak pasar potensial, pasar tersedia serta pasar sasaran dari Slava. Penentuan pasar sasaran dari Slava akan ditentukan dengan mempertimbangkan penjualan dari kompetitor. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh persentase yang menunjukkan pasar potensial sebesar 82%, pasar tersedia sebesar 93% dan untuk pasar sasaran setelah mempertimbangkan kompetitor, sasaran dari Slava yaitu sebesar 1% dari pasar tersedia. Perhitungan aspek teknis juga dilakukan untuk mengetahui kebutuhan

dari Slava dalam menunjang kegiatan operasional. Perhitungan pada aspek teknis meliputi kebutuhan tenaga kerja, perkiraan biaya gudang, peralatan penunjang serta biaya yang dibutuhkan dalam memulai usahanya. Perhitungan aspek finansial juga dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkiraan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perhitungan dilakukan dengan mempertimbangkan biaya operasional dalam lima tahun kedepan yang meliputi biaya makloon, biaya gudang *online*, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja serta biaya lainnya dalam menunjang kegiatan operasionalnya. Hasil akhir dari aspek finansial yaitu diperoleh nilai *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) serta *Payback Period* (PBP).

Hasil dari perhitungan finansial diperoleh nilai NPV untuk periode 2022 sampai dengan tahun 2026 adalah sebesar Rp 80.283.972, Nilai IRR sebesar 34,78% serta PBP 3,76 tahun. NPV bernilai positif menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh keuntungan dari investasinya. Sebaliknya bila bernilai negatif menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kerugian dari investasinya. IRR menunjukkan tingkat profitabilitas dari investasi yang dilakukan. MARR yang menjadi acuan dalam kajian penelitian ini adalah sebesar 11,50%. Nilai PBP dari usaha Slava yaitu selama 3,76 tahun. Nilai PBP 3,76 tahun menunjukkan bahwa diperlukan waktu selama 3,76 tahun untuk mengembalikan biaya investasi yang telah dikeluarkan oleh Slava dalam memulai bisnisnya. Dengan melihat nilai NPV bernilai positif, nilai IRR yang lebih besar dari MARR serta waktu pengembalian dibawah lima tahun, maka dapat dikatakan pembukaan usaha *apparel* Slava secara *online* di Kota Bandung dapat dikatakan layak.

Kata kunci: Slava, analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP, MARR