

PERANCANGAN BISNIS DAN KELAYAKAN PEMBUKAAN USAHA APPAREL SLAVA SECARA ONLINE DI KOTA BANDUNG

BUSINESS DESIGN AND FEASIBILITY OF OPENING SLAVA APPAREL ONLINE BUSINESS IN BANDUNG

Fikri Al Farisi R.A.¹, Endang Chumaidiyah², Sinta Ariyani³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

¹blackburn@student.telkomuniversity.ac.id, ²endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id,

³sintatelu@telkomuniversity.ac.id

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. Slava akan bekerjasama dengan makloon dalam melakukan produksi produk kaosnya. Slava berencana menjual produknya secara *online* melalui *marketplace* Tokopedia. Mengingat banyaknya kompetitor yang menawarkan produk yang serupa, maka diperlukannya analisis kelayakan dalam pembukaan bisnis Slava.

Dilakukan tahapan pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang berada di Kota Bandung dan Kota Cimahi dalam rentang usia 15-29 tahun. Berdasarkan data kuesioner diperoleh persentase yang menunjukkan pasar potensial sebesar 82%, pasar tersedia sebesar 93% dan untuk pasar sasaran dari Slava yaitu sebesar 1% dari pasar tersedia. Perhitungan aspek finansial dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkiraan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

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. 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

Abstract

Slava is a business initiated by college students who are currently studying in Bandung. This business will engage in the sale of apparel products, where on its initial launch will be selling t-shirts. Slava will be cooperating with other businesses or manufacturers to produce their products. Slava is planning to sell their products online through the Tokopedia marketplace. Considering that there are many competitors offering the similar clothing products, feasibility analysis is needed.

Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents that are living in Bandung and Cimahi and the respondents that are targeted are respondents in the age between 15 to 29 years old. Based on questionnaire data, the percentage of potential market is 82%, the available market is 93% and the target market of Slava after considering competitors sales is 1% from the available market. The calculation of the financial aspect is carried out to find out the estimated costs that incurred by the company.

The results of the financial calculations showed that the NPV value for the period 2022 to 2026 is IDR 80,283,972, the IRR value is 34.78% and the PBP is 3.76 years. By looking at the positive NPV value, the IRR value which is greater than the MARR and the payback period under five years, it can be conclude that the opening of Slava apparel business is feasible.

Keywords : Slava, feasibility analysis, NPV, IRR, PBP, MARR

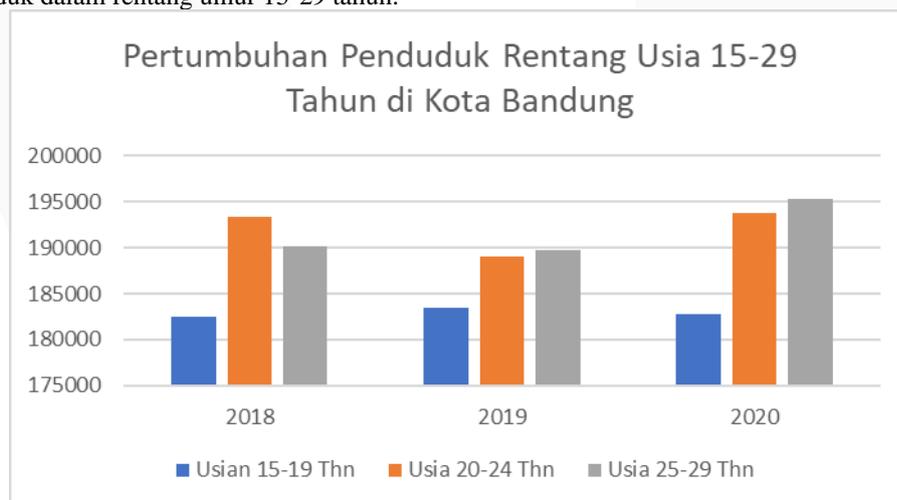
I. Pendahuluan

EKRAF berperan penting dalam pertumbuhan PDB Indonesia. Negara yang menjadi tujuan ekspor komoditi EKRAF Indonesia diantaranya Amerika Serikat (31,72%), Jepang (6,74%) dan Taiwan (4,99%). Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk paling banyak jika dibandingkan dengan provinsi lain, yaitu sebanyak 45.340.800 jiwa dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 14,33%. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan BEKRAF dan juga BPS, didapat bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan penyumbang terbesar di Indonesia dalam sektor ekonomi kreatif yaitu sebesar 33,56%.

Berdasarkan data dari riset We Are Social, 175,40 juta (64%) masyarakat Indonesia telah memiliki akses terhadap internet. Hal ini menggambarkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah meningkat cukup signifikan jika dibandingkan dengan pada bulan Januari tahun 2019 yang mencapai 150 juta (56%) dari penduduk Indonesia. Perkembangan teknologi internet sendiri berkembang sangat pesat dan memberikan manfaat bagi manusia diantaranya untuk sarana komunikasi, mencari informasi dan juga sebagai media hiburan.

Pandemi COVID-19 tidak hanya mempengaruhi aspek sosial saja, namun turut mempengaruhi aspek ekonomi. terdapat 37 ribu pelaku UMKM yang terpukul selama masa pandemi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), 82,90% pelaku usaha terkena dampak negatif dari pandemi yang terjadi. 63,90% mengalami penurunan omzet. 29% UMKM berkembang dengan menambah saluran penjualan dan pemasaran. Terdapat perubahan yang signifikan pada *e-commerce* dan Toko fisik dimana toko fisik mengalami penurunan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. *e-commerce* mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan konsumen cenderung untuk melakukan berbagai kegiatan di rumah dan meminimalisir kontak fisik. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pun turut andil dalam pergeseran pola perilaku konsumen.

Slava merupakan bisnis yang digagas oleh mahasiswa yang sedang melakukan studi di Kota Bandung. Bisnis ini bergerak dalam bidang *apparel* berupa pakaian kaos lalu Slava juga untuk kedepannya akan mengembangkan bisnisnya dengan menjual jaket dan pakaian lainnya. Dalam kegiatan produksinya, Slava akan melakukan makloon untuk memenuhi permintaan yang ada dan melakukan pengadaan barang melalui pemasok atau mitra. Untuk saat ini Slava telah merencanakan untuk menjual produk yang ditawarkan melalui media sosial seperti Instagram dan juga Whatsapp. Selain itu, mereka juga berencana untuk memasarkan produknya melalui platform *ecommerce* yaitu Tokopedia. Slava sendiri akan menargetkan untuk menjual produknya tidak dikhususkan untuk jenis kelamin tertentu. Di Kota Bandung, Jika dilihat dari peluang pasar yang ada, Slava memiliki peluang pasar yang meningkat tiap tahun jika dilihat berdasarkan data historis. Hal ini dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk di Kota Bandung. Target pasar utama dari Slava sendiri merupakan penduduk dalam rentang umur 15-29 tahun.



Gambar I.1 Grafik pertumbuhan penduduk 15-29 tahun di Kota Bandung

Sub sektor fesyen memberikan kontribusi bagi PDB sebesar 18,02%. Laju pertumbuhan PDB sub sektor fesyen sendiri pada 2016 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu mengalami

pertumbuhan sebesar 4,05%. fesyen dan aksesoris menjadi salah satu kategori yang paling banyak dibeli di *ecommerce* yaitu sebesar 48,20%.

Tabel I.1 Penjualan Brand Fesyen di Kota Bandung Melalui *Marketplace*

TOTAL PENJUALAN BRAND FESYEN BANDUNG DI MARKETPLACE TOKOPEDIA		
<i>Brand</i>	Total Produk Terjual (Unit)	Bergabung dengan marketplace
WELLBORN	4.500	Maret 2019
Third Day	17.800	Februari 2016
Human Greatness Labs	18.100	Oktober 2019
Cosmic Clothes	22.400	Juli 2019
Cotton Goods	23.300	Agustus 2019
Geoff Max	47.700	Juli 2018

Melihat dari brand fesyen yang serupa dengan rencana Slava, terdapat beberapa brand fesyen yang berasal dari daerah Kota Bandung yang telah menawarkan produknya melalui *marketplace* Tokopedia. Sebagian besar produk yang ditawarkan merupakan pakaian kaos. Penjualan melalui media *marketplace* membuat brand fashion dapat menawarkan produknya kepada masyarakat diberbagai daerah. Melihat keadaan tersebut, tidak menutup kemungkinan bagi Slava untuk menawarkan produknya melalui *marketplace* agar dapat menyasar target pasarnya diberbagai daerah.

Tabel I.2 Persentase Pengeluaran Menurut Kelompok Barang dalam Persen

Kelompok Barang	Tahun	
	2018	2019
Jumlah Makanan	49,34	49,71
Perumahan dan Fasilitas rumah tangga	24,89	25,01
Barang dan jasa	12,96	12,75
Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	2,93	2,98
Barang-barang yang tahan lama	5,32	4,75
Pajak dan Asuransi	2,03	2,10
Keperluan pesta dan upacara	50,66	50,29
Jumlah bukan makanan	50,66	50,29
Total	100	100

Persentase pengeluaran untuk pakaian, alas kaki dan tutup kepala pada tahun 2018 mencapai 2,93% dan pada tahun 2019 mencapai 2,98%, hal ini menunjukkan adanya peningkatan pengeluaran sebesar 0,05% untuk pakaian, alas kaki dan tutup kepala.

II. Landasan Teori

II.1 Studi Kelayakan

Studi kelayakan dilakukan dengan tujuan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu proyek untuk dijalankan. Menurut [1], studi kelayakan merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Yaitu dengan mempelajari data dan informasi dengan baik serta mengolah informasi tersebut dengan metode-metode tertentu. Layak atau tidaknya sebuah usaha akan ditentukan dari nilai *Net Present Value*, *Payback Period*, serta *Internal Rate of Return*.

II.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Stanton dalam [2], pasar adalah orang-orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan keinginan untuk membelanjakannya. Menurut Kotler dan Keller dalam [3], pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

II.3 Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi menganalisis kesiapan teknis dan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Walaupun berdasarkan aspek pasar dan pemasaran bisnis dikatakan layak, namun jika berdasarkan aspek teknis belum dapat dikatakan layak, maka sebaiknya investasi ditunda karena bisnis dapat mengalami kegagalan karena tidak mampu menghadapi masalah teknis [2]. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam aspek teknis diantaranya seperti penentuan lokasi, luas lantai produksi, tata letak dan juga proses produksinya termasuk pemilihan dalam hal teknologi.

II.4 Aspek Finansial

Analisis aspek kelayakan aspek finansial adalah analisis kelayakan yang menyangkut pada besaran sumber dana dan modal yang akan digunakan dalam usaha serta kapan modal tersebut dapat kembali. Penilaian aspek finansial diantaranya [1]:

1. Sumber dana
Berdasarkan sumber dana, sumber dana dapat diperoleh dari modal sendiri, modal pinjaman atau bahkan keduanya.
2. Modal sendiri
Modal sendiri adalah modal yang dikeluarkan oleh pemilik usaha baik dengan cara mengeluarkan saham baik tertutup ataupun terbuka.
3. Modal pinjaman
Modal pinjaman merupakan modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dengan cara melakukan pinjaman. Modal pinjaman akan dikenakan biaya yaitu biaya provisi, komisi serta bunga yang besarnya relatif.

II.5 Analisis Sensitivitas

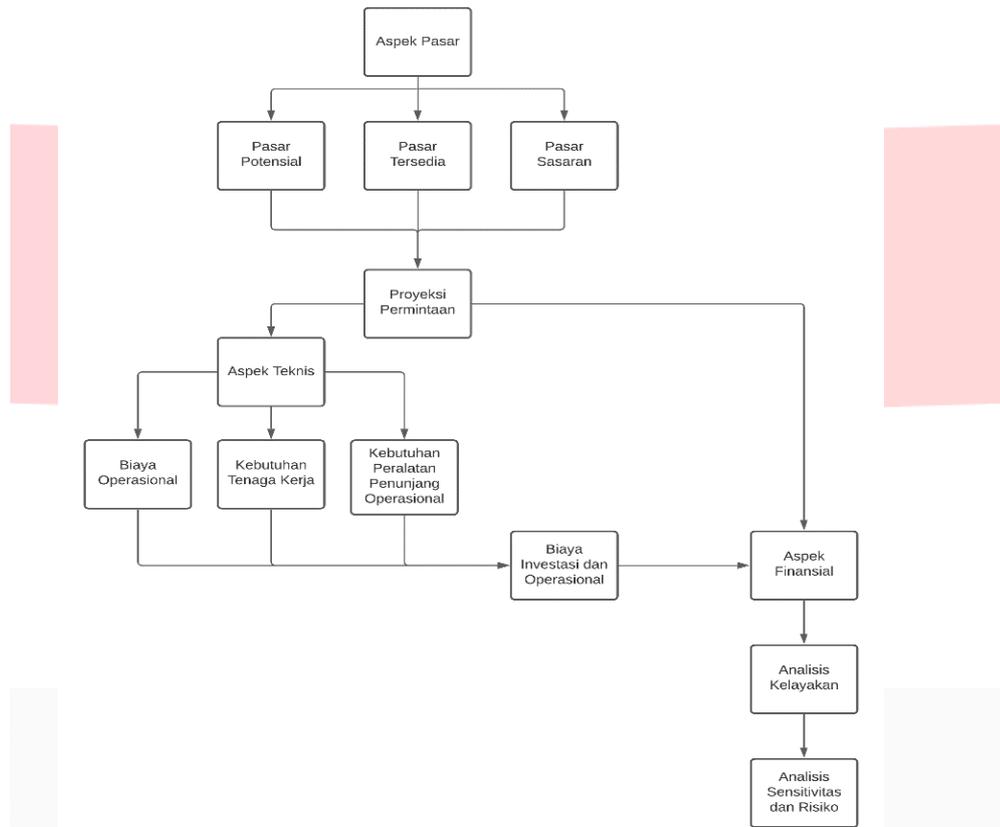
Berbagai perubahan yang terjadi pada nilai-nilai parameter akan mengakibatkan perubahan pada tingkat output atau hasil pada suatu alternatif investasi. Perubahan pada tingkat output ini akan mengakibatkan berubahnya suatu keputusan. Maka keputusan tersebut dikatakan sensitif terhadap perubahan nilai parameter-parameter atau faktor-faktor tersebut. Untuk mengetahui seberapa sensitif perubahan tersebut, maka perlu dilakukannya analisis sensitivitas. Parameter yang memerlukan analisis sensitivitas diantaranya:

1. Biaya bahan baku
2. Biaya operasional
3. Keuntungan
4. Biaya tenaga kerja

II.6 Manajemen Risiko

Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko yang dialami oleh perusahaan. Perusahaan dapat menerima risiko tertentu bila dinilai risiko tersebut tidak berdampak signifikan bagi perusahaan atau bahkan perusahaan melihat ada potensi atau keuntungan dibalik risiko tersebut.

III. Metode Penyelesaian Masalah



Gambar III.1 Model Konseptual

Faktor yang mempengaruhi hasil akhir dari permasalahan yang telah dipaparkan terdiri dari tiga aspek diantaranya aspek teknis, aspek pasar dan aspek finansial. Aspek pasar akan menghasilkan proyeksi permintaan yang akan mempengaruhi aspek finansial. Data dari aspek pasar juga digunakan dalam aspek teknis yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan biaya operasional, kebutuhan sumber daya manusia dan jumlah investasi peralatan operasional yang dibutuhkan. Faktor-faktor tersebut akan menghasilkan berapa biaya investasi awal yang dibutuhkan serta beban biaya operasional yang harus ditanggung. Data-data yang telah dihasilkan akan diolah kedalam aspek finansial. Hasil dari pengolahan data aspek finansial akan dilanjutkan kedalam analisis kelayakan. Jika berdasarkan data yang telah diolah usaha dinyatakan layak, maka tugas akhir dilanjutkan dengan menguji tingkat sensitivitas terhadap beberapa variabel tertentu. Dilakukan analisis risiko yang bertujuan untuk mengetahui risiko yang mungkin dihadapi di waktu yang akan datang oleh Slava.

IV. Pembahasan

IV.1 Aspek Pasar

Pada tugas akhir ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang ada di Kota Bandung dan Cimahi yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik pasar, pasar potensial, pasar tersedia serta pasar sasaran dari bisnis Slava.

1. Pasar Potensial

Pasar potensial diperoleh berdasarkan variabel keminatan responden atas produk yang ditawarkan Slava. Berdasarkan hasil kuesioner, persentase responden yang berminat dengan produk yang ditawarkan Slava yaitu sebesar 82% sehingga diperoleh pasar potensial sebesar 576.959 konsumen berdasarkan asumsi satu orang akan membeli satu produk.

2. Pasar Tersedia

Pasar tersedia diperoleh dari responden yang memiliki minat, kemampuan serta daya beli terhadap produk yang akan ditawarkan melalui Tokopedia. Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh persentase sebesar 93% sehingga diperoleh pasar tersedia sebesar 534.742 konsumen.

3. Pasar Sasaran

Pasar sasaran merupakan bagian dari pasar tersedia yang akan menjadi target pasar suatu perusahaan. Berdasarkan pertimbangan yang ada yaitu dengan membandingkan dengan penjualan tahunan kompetitor, maka Slava membidik pasar sasaran sebesar 1% dari pasar tersedia.

IV.2 Aspek Teknis

Aspek Teknis dilakukan dalam tugas akhir ini berupa proses bisnis dari Slava. Analisis dilakukan dengan menggunakan activity diagram untuk menggambarkan aktivitas yang dilakukan. Aktivitas yang dilakukan meliputi proses pengadaan barang dan proses pelayanan konsumen dan diperoleh waktu yang dibutuhkan oleh tenaga kerja dalam sehari.

Penentuan jumlah tenaga kerja disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan tenaga kerja untuk menyelesaikan pekerjaannya dalam sehari serta jumlah waktu kerja total dari tenaga kerja yaitu delapan jam. Analisis dilanjutkan analisis peralatan dan modal kerja dari Slava. Berdasarkan analisis tersebut akan diperoleh total biaya yang diperlukan Slava untuk mendirikan usahanya. Berikut *total project cost* yang dibutuhkan.

Tabel IV.1 *Total Project Cost*

Total Project Cost (Rp)	
Investasi Tetap	31.126.400
Modal Kerja	66.976.455
Biaya <i>Trademark</i>	500.000
Total	98.602.855

IV.3 Aspek Finansial

Aspek finansial mencakup total pengeluaran dan pemasukan Slava selama 5 tahun kedepan. Seluruh pengeluaran dan pemasukan akan dirangkum pada proyeksi laporan laba rugi, proyeksi laporan arus kas dan proyeksi laporan neraca. Hasil dari pembuatan laporan laba rugi, aliran kas, dan neraca adalah penentuan kelayakan Slava. Penentuan kelayakan berdasarkan nilai NPV,IRR dan PBP.

Tabel IV.2 Nilai NPV,IRR dan PBP

Interest Rate	11,50%
NPV (Rp)	80.283.972
PBP (Tahun)	3,76 Tahun
IRR	34,78%

IV.4 Analisis Sensitivitas

Kenaikan biaya material akan mempengaruhi kenaikan biaya material, kenaikan biaya tenaga kerja akan mempengaruhi biaya yang perlu dikeluarkan untuk tenaga kerja, penurunan harga jual akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh serta penurunan demand akan mempengaruhi biaya yang perlu dikeluarkan untuk keperluan bahan baku serta pendapatan tahunan. Setelah dilakukan perhitungan sensitivitas, maka dapat diketahui variabel yang paling sensitif hingga yang tidak sensitif dari variabel yang telah ditentukan. Berdasarkan perhitungan sensitivitas, diperoleh variabel yang paling sensitif terhadap perubahan yaitu penurunan harga jual dimana penurunan harga jual sensitif di 4,02%.

IV.5 Analisis Risiko

Dengan persentase risiko yang telah diperkirakan, maka dapat diketahui total persentase risiko yang mungkin yaitu sebesar 5%. Persentase ini akan ditambahkan kedalam nilai MARR sehingga MARR yang digunakan yaitu sebesar 16,50%. IRR yang diperoleh yaitu sebesar 34,78% yang dimana masih lebih besar ketimbang MARR serta nilai NPV sebesar Rp 55.961.453. Berdasarkan data tersebut, maka investasi Slava masih dapat dikatakan layak.

V. Kesimpulan

Pada kajian ini diperoleh 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. 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.

Referensi

- [1] Kasmir, & Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis, rev ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- [2] Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.
- [3] Yusuf, M., & Said, M., Konsep dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Sah Media, 2019.