

PERANCANGAN BISNIS DAN ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN TOKO *ONLINE* SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ASHARIMA

1st Alexandra Elizabeth Callistha

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

alxdcaca@student.telkomuniversiti.ac.id

2nd Endang chumaidiyah

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

endangchumaidiyah@student.telkomuniversiti.ac.id

3rd Nanang Suryana

Fakultas Rekayasa Industri

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

nanangsuryana@student.telkomuniversiti.ac.id

Abstrak - Asharima merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri pakaian anak yang telah berdiri sejak tahun 2022 di Kota Bandung, Jawa Barat. Produk yang ditawarkan oleh Asharima adalah gamis kasual dan gamis formal untuk anak perempuan usia 6 – 12 tahun. Pada awalnya, Asharima memasarkan produk secara konsinyasi dengan UMAMA Store. Namun, penjualan yang diperoleh setiap bulan menunjukkan fluktuatif dan tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemilik, sehingga Asharima berencana untuk membuka toko online di e-commerce. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi permintaan, merancang terkait aspek teknis, mengukur kelayakan secara finansial, dan mengukur tingkat sensitivitas pembukaan toko online Asharima. Perhitungan analisis kelayakan menggunakan metode Net Present Value, Payback Period, dan Internal Rate of Return. Berdasarkan hasil penelitian, nilai Net Present Value yang didapatkan adalah Rp 172.395.633, waktu yang dibutuhkan untuk Payback Period adalah 2,88 tahun, dan nilai Internal Rate of Return adalah 53,40%. Selain itu, didapatkan hasil tingkat sensitivitas untuk kenaikan biaya bahan baku sebesar 43,62%, kenaikan biaya tenaga kerja sebesar 37,24%, dan penurunan harga jual sebesar 10,22%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pembukaan toko online Asharima layak untuk dijalankan dan dapat dijadikan pertimbangan untuk pemilik Asharima.

Kata Kunci : Asharima, Analisis Kelayakan, Net Present Value, Payback Period, Internal Rate of Return, Analisis Sensitivitas.

I. PENDAHULUAN

Industri fesyen global mengalami perkembangan pesat, bertransformasi dari sekadar pemenuhan kebutuhan primer sandang menjadi simbol gaya hidup dan identitas diri. Dinamika ini memicu peningkatan daya beli masyarakat terhadap pakaian, sebagaimana terlihat dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat tahun 2021-2023 yang menunjukkan kenaikan rata-rata pengeluaran per kapita untuk kelompok pakaian, alas kaki, dan tutup kepala. Pergeseran signifikan juga terjadi dalam pola konsumsi, di mana preferensi belanja beralih dari toko fisik ke platform e-commerce. Data survei JakPat (2022) menegaskan dominasi e-commerce dalam belanja fesyen, dengan 58% responden memilih platform daring, berbanding 29% untuk toko fisik. Fenomena ini sejalan dengan tren peningkatan pengguna e-commerce di Indonesia, menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia peningkatan tersebut mencapai 58,63 juta pengguna pada tahun 2023, dengan Shopee sebagai e-marketplace paling banyak dikunjungi.

Di tengah perubahan perilaku konsumen, Asharima merupakan sebuah bisnis fesyen muslim anak perempuan di Bandung yang telah berdiri sejak 2022, menghadapi

tantangan fluktuasi omzet penjualan. Data internal perusahaan menunjukkan ketidakstabilan omzet penjualan dan tidak memenuhi target selama beberapa bulan tertentu ketika melakukan penjualan di UMAMA. Analisis fishbone mengidentifikasi akar masalah pada keterbatasan jangkauan pasar geografis dan metode penjualan yang hanya offline, serta optimalisasi promosi digital yang belum maksimal dan keterbatasan sumber daya manusia.

Mengingat urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis Asharima ketika melakukan pembukaan toko online di e-commerce. Secara spesifik, studi ini akan mengestimasi potensi pasar, merancang aspek teknis serta operasional, menganalisis kelayakan finansial, dan mengukur tingkat sensitivitas dari pembukaan toko online. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan data dan rekomendasi strategis bagi Asharima dalam mengambil keputusan terkait perluasan pasar ke ranah digital. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian akan menggunakan pendekatan studi kelayakan yang mencakup analisis pasar, teknis, dan finansial guna memberikan gambaran komprehensif mengenai prospek bisnis online Asharima.

II. KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan

Dalam perencanaan usaha atau bisnis, studi kelayakan didefinisikan sebagai suatu proses penilaian terhadap rencana bisnis untuk mengetahui layak atau tidak ketika diimplementasikan. Penilaian ini mempertimbangkan berbagai aspek yang melibatkan proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. [1] [2].

B. Aspek Pasar

Aspek pasar adalah aspek penting dalam studi kelayakan karena menentukan pasar merupakan hal mendasar bagi suatu bisnis untuk mengetahui permintaan dan peluang terhadap produk [3]. Dalam mengidentifikasi aspek pasar, terdapat beberapa hal yang penting, yaitu penawaran, permintaan, bentuk pasar, dan peramalan.[4]

C. Aspek Teknis

Aspek teknis adalah proses perancangan operasional yang mencakup fasilitas dan teknologi yang akan digunakan ketika bisnis tersebut dijalankan [1], [5]. Aspek ini mencakup komponen penting yang menyesuaikan dengan kebutuhan operasional usaha, seperti pemilihan tempat usaha yang sesuai, pemilihan teknologi yang relevan, pengelolaan persediaan yang tepat, dan kebutuhan sumber daya manusia. [1].

D. Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan komponen penting dalam penilaian kelayakan bisnis karena menilai terkait keuangan dari hasil usaha atau bisnis. Menentukan kebutuhan serta sumber dana usaha, mengestimasi biaya investasi, mengidentifikasi untung atau rugi, memberikan proyeksi aliran kas, menampilkan neraca, dan mengukur tingkat pengembalian modal merupakan tujuan aspek finansial dalam penilaian kelayakan bisnis. [5]

Dalam melakukan penilaian terkait kelayakan usaha atau bisnis digunakan metode yang dapat menilai perolehan keuntungan. [6]

a. Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah salah satu metode yang digunakan dalam penilaian kelayakan usaha dengan cara menghitung selisih antara nilai sekarang dengan aliran kas selama waktu investasi serta mempertimbangkan nilai waktu uang. Apabila angka NPV positif, maka usaha tersebut layak untuk dijalankan [7]. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam perhitungan NPV :

$$NPV = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{(B_t - C_t)}{(1 + i)^t} \quad (1)$$

b. Payback Period (PP)

Payback period adalah metode yang digunakan untuk menilai efisiensi waktu pengembalian terhadap dana yang diinvestasikan dalam membangun usaha dapat kembali seluruhnya [6]. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam perhitungan payback period :

$$PP = \frac{IO}{CF_t} \quad (2)$$

c. Internal Rate of Return (IRR)

Internal rate of return adalah metode yang digunakan untuk menilai kelayakan suatu usaha terkait tingkat pengembalian ketika angka NPV nol. [7]. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam perhitungan internal rate of return :

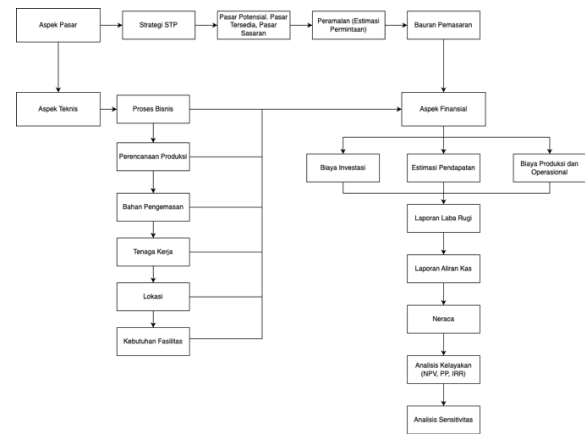
$$IRR = i = DF_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (DF_2 - DF_1) \quad (3)$$

E. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah metode yang digunakan untuk melakukan uji pengaruh variabel penting yang sangat memengaruhi keuangan usaha atau bisnis. Pengaruh variabel tersebut menjadi pertimbangan perusahaan agar dapat mengantisipasi risiko dalam usaha yang akan dijalankan [8].

III. METODE

Model konseptual menggambarkan atau menunjukkan hubungan antara ketiga aspek serta analisis kelayakan dan sensitivitas pada penelitian ini.



GAMBAR 1
Model Konseptual

Penelitian diawali dengan analisis aspek pasar yang mencakup STP (segmenting, targeting, positioning), identifikasi pasar menggunakan pasar potensial, pasar tersedia, serta pasar sasaran, estimasi permintaan, dan bauran pemasaran. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk aspek teknis dan finansial.

Aspek teknis mencakup perencanaan operasional toko online Asharima, termasuk proses bisnis, perencanaan produksi, bahan pengemasan, tenaga kerja, lokasi kantor, dan fasilitas. Hasilnya digunakan untuk menyusun aspek finansial.

Aspek finansial bertujuan menilai kelayakan bisnis dari sisi keuangan melalui perhitungan biaya investasi, produksi, operasional, estimasi pendapatan, serta penyusunan laporan keuangan. Analisis kelayakan dilakukan dengan metode NPV, PP, dan IRR. Jika dinyatakan layak, maka dilanjutkan dengan analisis sensitivitas untuk menilai dampak perubahan variabel utama terhadap hasil akhir.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

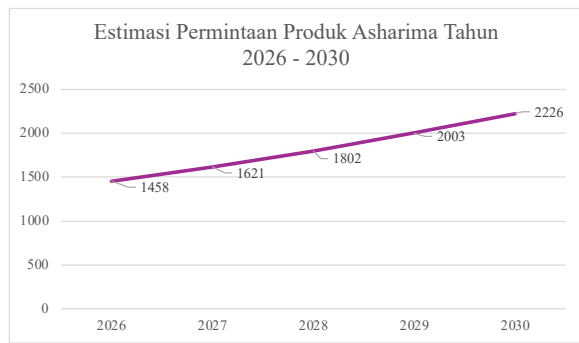
A. Aspek Pasar

Analisis aspek pasar dan pemasaran untuk pembukaan toko online Asharima dilakukan dengan mengidentifikasi pasar potensial, pasar tersedia, pasar sasaran, estimasi permintaan, dan strategi pemasaran. Identifikasi aspek pasar berdasarkan perhitungan data dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden yang berdomisili di kota atau kabupaten Jawa Barat.

TABEL 1
Pasar Potensial, Tersedia, dan Sasaran Asharima

Keterangan	Gamis Kasual	Gamis Formal
Pasar Potensial	98%	96%
	2.595.777 orang	2.542.802 orang
Pasar Tersedia	94%	95%
	2.440.031 orang	2.415.662 orang
	4.880.062 unit	4.831.324 unit
Rata-rata Kompetitor	0,026%	0,033%
Pasar Sasaran	0,015%	

Berdasarkan hasil identifikasi pasar potensial, tersedia, dan sasaran untuk toko online Asharima, didapatkan estimasi permintaan untuk tahun 2026 dengan total sebesar 1.458 unit. Permintaan produk tersebut diestimasi akan terus meningkat menyesuaikan dengan penjualan kompetitor, yaitu sebesar 11% setiap tahun.



GAMBAR 2

Grafik Estimasi Permintaan

Strategi pemasaran untuk toko *online* Asharima dirumuskan dengan pendekatan STP dan bauran pemasaran untuk memenuhi target penjualan produk gamis tersebut.

TABEL 2

STP dan Bauran Pemasaran Asharima

STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)		
Segmentasi Pasar	Geografis	Jawa Barat
	Demografis	Orang tua yang memiliki anak perempuan usia 6 – 12 tahun.
	Psikografis	Konsumen yang suka berbelanja gamis secara <i>online</i> di Shopee.
Target Pasar	Orang tua yang memiliki anak perempuan usia 6 – 12 tahun di Jawa Barat dan sering melakukan pembelian gamis anak <i>online</i> sebanyak 2 kali dalam setahun di platform Shopee.	
Penetapan Posisi Pasar	Tagline Asharima adalah : “ <i>Timeless Wear and Premium Quality</i> ” memiliki arti bahwa Asharima merupakan merek gamis anak perempuan dengan desain tetap menyesuaikan dengan tren terbaru tanpa menyampingkan kualitasnya.	
Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P)		
Produk	Gamis Kasual	Gamis Formal
		
Harga	Rp250.000	Rp350.000
Lokasi	Online (Shopee)	
Promosi	Mengunggah konten untuk <i>brand awarness</i> dengan iklan berbayar pada Instagram dan Shopee	

B. Aspek Teknis

Analisis aspek teknis meliputi proses bisnis, perencanaan produksi, manajemen sumber daya, lokasi, fasilitas serta layout untuk operasional serta teknis dalam pembukaan toko online Asharima.

1. Proses Bisnis

Proses bisnis dirancang untuk mengidentifikasi aktivitas atau alur proses ketika Asharima melakukan penjualan secara online. Secara keseluruhan, proses bisnis usulan di adaptasi dari alur proses bisnis eksisting. Perubahan proses bisnis ini terletak pada bagaimana produk Asharima mencapai tangan konsumen dari offline menjadi online.

2. Perencanaan produksi

Perencanaan produksi dirancang untuk mengidentifikasi pembuatan sampel, volume produksi, dan kebutuhan bahan baku, serta kebutuhan bahan pengemasan yang dibutuhkan untuk produk toko online Asharima.

TABEL 3

Volume Produksi dan Kebutuhan Bahan Baku serta Pengemasan

Sampel Produk					
10 unit/tahun					
Volume Produksi / Tahun (1,1%)					
Tahun	2026	2027	2028	2029	2030
Gamis Kasual (unit)	756	828	924	1020	1152
Gamis Formal (Unit)	744	828	912	1008	1140
Total (Unit)	1500	1656	1836	2028	2292
Kebutuhan Bahan Baku/Tahun					
Tahun	2026	2027	2028	2029	2030
Kain Katun (meter)	1522	1666	1858	2050	2314
Kain Linen (meter)	1498	1666	1834	2026	2290
Brukat (meter)	375	417	459	507	573
Label (unit)	1500	1656	1836	2028	2292
Hangtag (unit)	1500	1656	1836	2028	2292
Kebutuhan Bahan Pengemasan/Tahun					
Tahun	2026	2027	2028	2029	2030
Plastik <i>polymailer</i> (unit)	1500	1700	1900	2100	2300
Thankyou card (unit)	1500	1656	1836	2028	2292

3. Kebutuhan tenaga kerja

Kebutuhan sumber daya manusia dirancang untuk mengidentifikasi sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk operasional toko online Asharima. Tenaga kerja toko online Asharima menyesuaikan dengan jam buka toko dari jam 09.00 – 16.00 sehingga waktu kerja tenaga kerja 7 jam per hari, 6 hari dalam seminggu yang sejalan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja.

TABEL 4

Kebutuhan Tenaga Kerja

Kebutuhan Tenaga Kerja					
Tahun	2026	2027	2028	2029	2030
Manajer	1	1	1	1	1
Staf Admin dan Pengemasan	1	1	1	1	1
Staf Pemasaran	1	1	1	1	1
Total	3	3	3	3	3

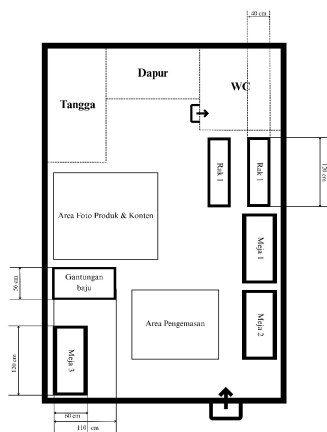
4. Lokasi kantor usaha

Penentuan lokasi kantor operasional toko online Asharima diusulkan pada Ruko Sukamukti, Katapang, Kota Bandung dengan mempertimbangkan jarak dengan mitra konveksi untuk memudahkan distribusi hasil produksi.

5. Kebutuhan fasilitas

Kebutuhan fasilitas dirancang untuk mengidentifikasi peralatan yang dibutuhkan dan akan digunakan untuk menunjang operasional toko online Asharima.

No.	Nama Fasilitas	Umur Ekonomis	Jumlah (unit)
1	Rak Penyimpanan Baju (Besi)	8	2
2	Laptop	4	3
3	Printer Thermal	4	1
4	Meja dan Kursi	4	3
5	Hanger	4	10
6	Rak Gantungan Baju (Display)	4	1
7	Terminal Charge	4	1
8	Kamera	4	1
9	Lighting	4	1
10	Router	4	1
11	Gunting	4	1
12	Background	4	1
13	Smartphone	4	1
14	Tablet	4	1



GAMBAR 3
Layout Usulan Kantor Asharima

C. Aspek Finansial

Analisis aspek keuangan dirancang untuk mengevaluasi keuangan dalam menentukan apakah toko online Asharima layak atau tidak untuk diimplementasikan.

1. Kebutuhan dana

Kebutuhan dana dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan dan sumber dana yang diperlukan sebagai modal awal pembukaan toko online Asharima. Sumber untuk kebutuhan dana berasal 100% dari pemilik Asharima.

TABEL 6
Kebutuhan Dana Toko Online Asharima

Kebutuhan Dana	Estimasi Biaya
Biaya Investasi Awal	Rp34.265.865
Biaya Working Capital	Rp97.859.479
Total	Rp132.125.344

2. Estimasi pendapatan

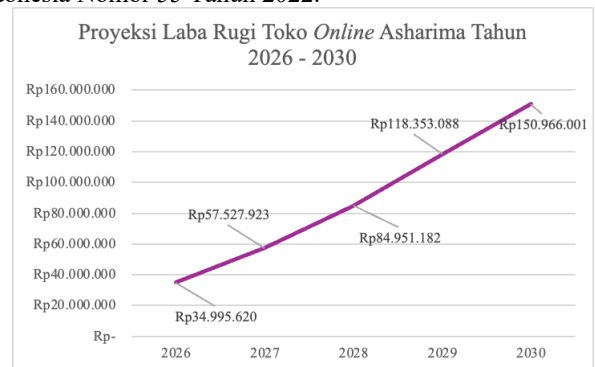
Estimasi pendapatan dirancang untuk memberikan gambaran terkait omzet penjualan yang akan didapatkan selama lima tahun kedepan dari hasil penjualan produk.



GAMBAR 4
Estimasi Pendapatan Toko Online Asharima

3. Laporan laba rugi

Laporan laba rugi mengidentifikasi terkait laba atau rugi bersih yang diperoleh Asharima setelah di potong pajak dengan perhitungan pajak sebesar 0,5% dari peredaran bruto sesuai dengan ketentuan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2022.



GAMBAR 5
Proyeksi Laba Rugi Toko Online Asharima

4. Laporan aliran kas

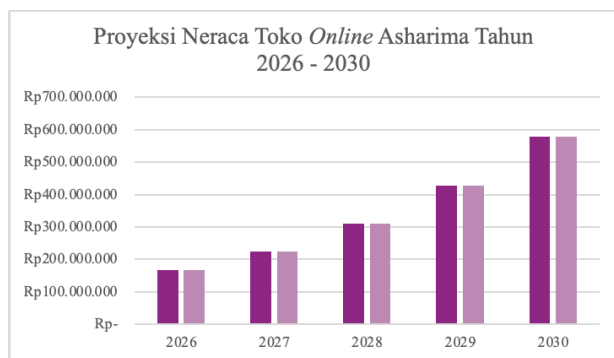
Analisis laporan aliran kas dirancang untuk mengevaluasi pergerakan kas masuk dan keluar yang berkaitan dengan pembukaan toko online Asharima dan menampilkan informasi mengenai saldo akhir Asharima di akhir periode atau tahun.



GAMBAR 6
Saldo Akhir Toko Online Asharima

5. Laporan neraca

Analisis laporan neraca dirancang untuk mengevaluasi posisi keuangan pembukaan toko online Asharima untuk lima tahun kedepan dengan membandingkan terkait aset dengan liabilitas ditambah ekuitas.



GAMBAR 7
Neraca Toko Online Asharima

D. Analisis Kelayakan

Analisis kelayakan dilakukan untuk mengevaluasi apakah rencana pembukaan toko online Asharima layak atau tidak layak untuk diimplementasikan.

TABEL 7
Perhitungan Kelayakan

Nilai MARR	18,80%
NPV	Rp172.395.633
Payback Period	2,88 tahun
IRR	53,40%

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, toko online Asharima dikatakan layak untuk diimplementasikan karena nilai NPV sebesar Rp172.395.633 > 0, *payback period* selama 2,88 < 5 tahun, dan nilai IRR 53,40% > nilai MARR 18,80%.

E. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengevaluasi ketahanan keuangan Asharima terhadap perubahan variabel yang dapat memengaruhi laporan keuangan.

TABEL 8
Analisis Sensitivitas

No	Analisis Sensitivitas	Persentase
1	Kenaikan Biaya Bahan Baku	43,62%
2	Kenaikan Biaya Tenaga Kerja	37,24%
3	Penurunan Harga Jual Produk	10,22%

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan pembukaan toko online yang mengubah metode penjualan dari offline menjadi online untuk Asharima dapat disimpulkan bahwa estimasi permintaan untuk produk Asharima adalah 1.458 unit untuk tahun 2026, 1.621 unit untuk tahun 2027, 1.802 unit untuk tahun 2028, 2.003 unit untuk tahun 2029, dan 2.226 unit untuk tahun 2030. Hasil dari perancangan aspek teknis merupakan perubahan model bisnis penjualan dari offline menjadi online dengan sampel yang dibuat adalah 10 unit/tahun, volume produksi berdasarkan estimasi permintaan dengan toleransi

1,1%. Selain itu, kebutuhan sumber daya manusia untuk operasional toko online terdiri dari 1 manajer, 1 staf admin dan pengemasan, serta 1 staf pemasaran. Jam kerja karyawan adalah 7 jam/hari dengan upah ditetapkan sesuai dengan upah minimum Kabupaten Bandung. Lokasi usulan untuk kantor Asharima berada di Katapang yang terletak di antara konveksi dan supplier. Hasil dari pengukuran finansial toko *online* untuk periode lima tahun kedepan dengan mempertimbangkan beberapa komponen finansial, seperti biaya investasi, biaya produksi, biaya operasional, estimasi pendapatan, dan penyusunan laporan keuangan. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh net present value (NPV) sebesar Rp 172.395.633, internal rate of return (IRR) sebesar 54,03%, dan payback period selama 2,88 tahun. Secara keseluruhan, ketiga indikator menunjukkan bahwa pembukaan toko online Asharima layak untuk dijalankan. Hasil dari pengukuran pada analisis sensitivitas adalah batas toleransi untuk kenaikan biaya bahan baku sebesar 44,24%, kenaikan biaya tenaga kerja sebesar 37,76%, dan penurunan harga jual produk sebesar 10,37%.

REFERENSI

- [1] Jakfar dan Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2016.
- [2] U. Gunawati dan W. Sudarwati, "ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA BISNIS CASSAVA CHIPS DI PERUMAHAN MARDANI RAYA," *JISI: JURNAL INTEGRASI SISTEM INDUSTRI VOLUME*, vol. 4, no. 1, 2017, doi: 10.24853/jisi.4.1.pp-pp.
- [3] N. Arifah dan D. Misidawati, "Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran dalam Studi Kelayakan Bisnis," *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, vol. 3, no. 1, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen>
- [4] Israeni, "Aspek Pasar dan Pemasaran," 2021.
- [5] E. Syahputra Sayang, H. Bambang Setyawan, J. Lemantara, P. Studi, dan J. Sistem Informasi, "Rancang Bangun Aplikasi Pengendalian Persediaan Bahan Baku Berbasis Website Menggunakan Metode Safety Stock dengan Perhitungan Service Level pada CV Dwi Teknik," *Tahun 2022 JSIKA*, vol. 11, no. 1, hlm. 61–72, 2022.
- [6] I. M. Adnyana, *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2020.
- [7] Zainuri, *EKONOMI TEKNIK*. Padang: CV Jasa Surya, 2021.
- [8] E. McLaney, *Business Finance*, 8th ed. England: Pearson Education Limited, 2009. [Daring]. Tersedia pada: www.pearsoned.co.uk