



STUDI KELAYAKAN BISNIS SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

Iman Hernawan¹, Alfiansyah²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok Indonesia

iman.hernawan79@gmail.com¹ , Alfindinyow@gmail.com²

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis aspek kelayakan usaha Skymo Apparel Sancang Bogor. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode yang digunakan yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, dan manajemen sumber daya manusia serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan berupa *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI). Dari aspek finansial tersebut yang digunakan menunjukkan bahwa usaha Skymo Apparel layak untuk dikembangkan dan dari aspek hukum, pemasaran, teknis dan sumber daya manusia juga memberikan gambaran potensi yang baik. Hasil penelitian menunjukkan setiap aspek dalam penelitian ini dinyatakan layak, salah satunya dalam aspek keuangan. Dalam laporan keuangan memberikan nilai yang positif dengan hasil PP 1 bulan 3 hari, dinyatakan layak karena lebih cepat dari umur ekonomis, NPV Rp. 840.851.405 layak karena bernilai positif atau lebih dari nol, IRR nya pun lebih dari 38% dengan nilai 38,93%, dan PI dianggap layak dengan angka lebih dari 1 yaitu 18.

Kata Kunci: *Study Kelayakan Bisnis, Pengembangan Usaha, Aspek Hukum, Pasar dan Pemasaran, Manajemen, Finansial*

Abstract

The purpose of this study is to analyze the feasibility aspects of Skymo Apparel Sancang Bogor. In this study using data collection techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The methods used are legal aspects, market and marketing aspects, technical aspects, and human resource management as well as financial aspects with feasibility calculations in the form of Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) and Profitability Index (PI). From the financial aspect, what is used shows that Skymo Apparel's business is worth developing and from legal, marketing, technical and human resource aspects it also show good potential result. The results showed that every aspect of this study was declared feasible, one of which was in the financial aspect. In the financial statements provide a positive value with the results of PP 1 month 3 days, declared feasible because it is faster than the economic age, NPV Rp. 840,851,405 is feasible because it is positive or more than zero, the IRR is more than 38% with a value of 38.93%, and PI is considered feasible with a number of more than 1, which is 18.

Keywords: *Business Feasibility Study, Business Development, Legal Aspects, Market and Marketing, Management, Finance*

(*) *Corresponding Author:* Iman Hernawan¹, Alfiansyah², iman.hernawan79@gmail.com¹
Alfindinyow@gmail.com, 0821-1085-9559

INTRODUCTION

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan *fashion*, karena adanya *fashion* akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi *trend center* di masyarakat. Produk *fashion* termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang, karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Selain itu, *fashion* tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari namun juga menjadi salah satu gaya hidup. Banyak gaya hidup yang dianut oleh manusia. Hal seperti ini tidak hanya terjadi pada kelompok tertentu saja, tetapi terjadi di hampir semua kalangan. Dari tingkat bawah sampai tingkat atas, manusia memiliki gaya hidup dalam berpakaian yang berbeda-beda seiring dengan kemauan, kemampuan, kebutuhan, status sosial, daya beli, dan lain-lain. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh trend globalisasi yang melanda dunia yaitu suatu keadaan yang dipaksakan dari negara-negara maju kepada negara-negara berkembang untuk diikuti, khususnya di bisnis *fashion*. Dengan demikian, bisnis *fashion* tentu saja tidak akan pernah sepi dari pembeli. Adanya peluang bisnis tersebut, kemudian dimanfaatkan oleh SKYMO APPAREL.

SKYMO APPAREL adalah *brand fashion* yang berdiri di Bogor sejak tahun 2008, telah menggeluti dunia *fashion* dan sudah mempunyai 3 outlet dan *reseller* di berbagai wilayah Indonesia. SKYMO APPAREL mengusung gaya yang unik dan eksklusif yang terdiri dari *t-shirt*, *hoodie*, kemeja, topi, tas, celana pendek, celana panjang. SKYMO APPAREL berfokus pada memproduksi pakaian dan aksesoris yang terinspirasi dari budaya pop dan urban seperti musik, seni, *skateboarding* dan *surfing*, dengan sentuhan grafis dan desain yang inovatif.

Studi kelayakan bisnis sangat berkaitan dan tidak bisa lepas dengan aspek finansial, operasional, dan ekonomi. Dalam studi kasus ini untuk menilai kelayakan bisnis ini dinilai dari Aspek Non Finansial yang terdiri dari Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis/Operasi, Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Aspek Finansial atau Aspek Keuangan yang terdiri dari *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI).

SKYMO APPAREL terus-menerus melakukan inovasi dan pengembangan karena SKYMO APPAREL masih didalam tahap pemulihan setelah meredanya pandemi Covid-19. Kegiatan usaha SKYMO APPAREL ini harus memancing minat pembelian masyarakat, apabila minat konsumen meningkat, maka laba usaha ini juga akan meningkat karena minat konsumen juga meningkat. Untuk mendirikan suatu usaha sangat penting adanya analisis studi kelayakan untuk mengetahui apakah usaha dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR”.

METHODS

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif. Suatu jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk melakukan eksplorasi atau memperdalam pengetahuan ataupun mencari ide-ide baru mengenai suatu hal tertentu, guna merumuskan permasalahan dengan secara lebih terperinci ataupun mengembangkan hipotesis dan bukanlah untuk menguji hipotesis.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Aspek Non-Finansial

Aspek non-finansial adalah aspek bisnis yang tidak berkaitan dengan keuangan, aspek non-finansial meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, dan aspek manajemen.

1. Aspek Hukum

Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat di peroleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

Tabel 1. Dokumen Yang Dimiliki SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

Tanda Daftar Perusahaan Dokumen		
Keterangan	Ada	Tidak
Foto Copy Tanda Kartu penduduk (KTP)	✓	
Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL)	✓	

Sumber : SKYMO APPAREL

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dengan dilakukannya analisis aspek pasar dan pemasaran dalam usaha ini, maka peneliti melakukan identifikasi analisis 4P atau yang disebut bauran pemasaran. pemasaran suatu produk terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*).

a. Produk (*Product*)

- 1) Produk yang ditawarkan oleh SKYMO APPAREL adalah produk pakaian dan aksesoris yang terinspirasi dari musik, *skateboarding*, dan *surfing*, yang terdiri dari *t-shirt*, *hoodie*, kemeja, topi, tas, celana pendek, dan celana panjang.



Sumber : SKYMO APPAREL

Gambar 1. Produk SKYMO APPAREL

- 2) Kualitas produk pada SKYMO APPAREL ini terjamin, karna produk *t-shirt* memakai bahan kualitas premium 24s *cotton combed*, untuk *hoodie* memakai bahan *cotton fleece* dengan gramasi 180, untuk kemeja memakai bahan *cotton poplin*, untuk topi memakai bahan *rafel washing*, untuk tas memakai *cordura sublim*, untuk celana pendek memakai

poly taslan, dan celana panjang memakai bahan *twill cotton*, selain itu banyak varian, lalu desain pada gambar memiliki tampilan yang menarik dan tidak mudah pudar.

- 3) Jaminan produk pada SKYMO APPAREL berupa retur yaitu produk dapat ditukar apabila produk yang dibeli konsumen memiliki kerusakan atau cacat.

b. Harga (*Price*)

- 1) Daftar harga pada SKYMO APPAREL ini mulai dari harga pokok sampai dengan harga diskon atau harga jual. Diadakannya harga *barcode* atau pokok di bandrol unuk para *reseller* SKYMO APPAREL.

Tabel 2. Daftar Harga Produk SKYMO APPAREL

No.	Jenis Produk	Harga Pokok / Awal	Harga Jual / Diskon
1.	<i>T-shirt</i>	Rp. 150.000	Rp. 90.000
2.	<i>Hoodie</i>	Rp. 350.000	Rp. 200.000
3.	Kemeja	Rp. 280.000	Rp. 150.000
4.	Topi	Rp. 150.000	Rp. 90.000
5.	Tas	Rp. 280.000	Rp. 150.000
6.	Celana Pendek	Rp. 150.000	Rp. 90.000
7.	Celana Panjang	Rp. 280.000	Rp. 150.000

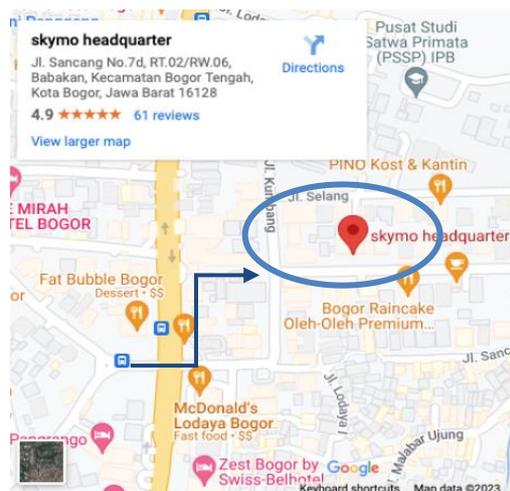
Sumber : SKYMO APPAREL 2023

- 2) Potongan harga

Untuk setiap produk yang dipasarkan oleh SKYMO APPAREL mendapatkan diskon atau potongan harga sebesar 40% per item dari harga pokok atau harga awal.

c. Lokasi (*Place*)

SKYMO APPAREL terletak di Jl. Sancang No.7d, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128. Terletak di pinggir jalan dan mudah diakses oleh kendaraan umum dengan patokan lokasi belakang Mcdonald's lodaya atau bisa juga melalui google map seperti gambar dibawah ini.



Sumber : Penulis

Gambar 2. Map Lokasi SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran suatu usaha, tanpa promosi, target pasar tidak akan mengetahui produk mana yang akan di beli. Promosi yang dilakukan oleh SKYMO APPAREL berupa brosur/kupon, *voucher*, *flyer*. yang di informasikan

melalui media sosial untuk menjangkau seluruh Indonesia dan melalui mulut ke mulut dengan cara dibagikan dimasing-masing depan toko kepada orang-orang yang berlalu lalang di jalan raya atau di wilayah toko SKYMO APPAREL. Berikut salah satu contoh gambar brosur dan lembaran yang di bagikan secara *online* maupun *offline*.



Sumber : SKYMO APPAREL

Gambar 3. Brosur, Lembaran/Flayer SKYMO APPAREL

Analisis STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) penentuan target pasar ini sangat penting karena perusahaan tidak dapat melayani semua konsumen atau pembeli dipasar. Ada banyak pembeli dengan beragam kebutuhan dan keinginan, sehingga perusahaan harus mengidentifikasi bagian pasar mana yang akan dijadikan target pasar. Ada tiga elemen dari strategi pemasaran yaitu, *segmenting, targeting, positioning*. Dengan menerapkan ketiga elemen tersebut, dapat meningkatkan penjualan dari usaha SKYMO APPAREL.

Tabel 3. STP SKYMO APPAREL

STP (SEGMENTING, TARGETING AND POSITIONING)	
<i>Segmenting</i>	Seluruh Indonesia, Pria dan Wanita, Usia 15-25 tahun, Pelajar, Pekerja dan Mahasiswa
<i>Targeting</i>	Pelajar dan Mahasiswa
<i>Positioning</i>	Harga terjangkau dan banyak varian

Sumber : SKYMO APPAREL

3. Aspek Teknis/Operasi

Hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, tata letak (*layout*) dan proses operasional SKYMO APPAREL.

a. Penentuan Lokasi

Lokasi SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR berada di tengah kota bogor dan mudah dijangkau karna toko berada di pingir jalan yaitu di Jl. Sancang No.7d, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. atau dengan patokan di belakang McDonald's Lodaya.

b. Tata Letak/Layout Usaha

Tata letak/*Layout* usaha SKYMO APPAREL terbilang cukup luas dan nyaman karna banyak sekali rak *display* yang membuat konsumen bisa memilih produk lebih dari satu dan sudah disediakan juga ruang pas atau *fitting room*.

c. Proses Operasional

Prosedur produksi SKYMO APPAREL terdiri dari melayani konsumen, menawarkan produk, memberi produk, mencocokkan produk, memberi produk, dan melakukan transaksi penjualan. Langkah-langkah pada saat menerima pesanan.



Sumber : Penulis

Gambar 4. Proses Operasional SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

4. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Analisis aspek sumber daya manusia (MSDM) merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Dalam analisis ini metode yang digunakan menggunakan *job analysis*, *job descripton* dan kompensasi.

a. Analisis Jabatan

Berikut pekerjaan yang ada dalam SKYMO APPAREL

- 1) Owner sebagai pemilik sekaligus mengatur manajemen keuangan.
- 2) Kasir, menerima pembayaran.

b. Job Description

- 1) Pemilik SKYMO APPAREL
 - a) Bertanggung jawab secara penuh terhadap jalannya usaha.
 - b) Bertanggung jawab dalam bagian keuangan dan kebutuhan usaha secara keseluruhan.
 - c) Menjaga hubungan baik dengan konsumen
- 2) Kasir
 - a) Melakukan transaksi pembayaran.
 - b) Merekap transaksi penjualan.
 - c) Melaporkan hasil transaksi ke owner.
- 3) *Shopkeeper*
 - a) Membantu menemukan barang yang diinginkan oleh konsumen.
 - b) Mengelola *stock* barang.
 - c) Bertanggung jawab untuk mengatur tampilan produk di toko.
 - d) Membuka dan menutup toko.
 - e) Menjaga keamanan dan kebersihan toko.

c. Kompensasi

Berikut tabel kompensasi SKYMO APPAREL sancang bogor.

Tabel 4. Kompensasi SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

Nama	Jabatan	Pokok	Tunjangan BPJS	Qty Karyawan	Total
Kasir	Karyawan	Rp 2.900.000	Rp 100.000	1 Orang	Rp 3.000.000
<i>Shopkeeper</i>	Karyawan	Rp 2.900.000	Rp 100.000	3 Orang	Rp 9.000.000
Total		Rp 12.000.000			
		DUA BELAS JUTA RUPIAH			

Sumber : SKYMO APPAREL

Aspek Finansial

Pada aspek ini akan dibahas aspek finansial yang dibuat pada rencana bisnis ini guna mengetahui layak atau tidaknya usaha yang dijalankan. Pada aspek ini yang akan dibahas adalah analisis kebutuhan modal kerja dan investasi, proyeksi arus kas, metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI). Sumber dana awal yang digunakan untuk investasi SKYMO APPAREL diperoleh dari dana pribadi sebesar Rp. 50.850.000.

Tabel 5. Kelayakan Usaha SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR

No	Alat Ukur	Hasil Pengukuran	Keterangan	Hasil
1	<i>Payback Period</i>	1 Bulan 3 Hari	Lebih cepat dari umur ekonomis	Layak
2	<i>Net Present Value</i>	Rp. 840.851.405	NPV lebih dari nol	Layak
3	<i>Internal Rate Of Return</i>	38,93%	Lebih besar dari 38%	Layak
4	<i>Profitability Index</i>	18 kali	Lebih dari 1 kali	Layak

Sumber : Penulis

Berdasarkan hasil penelitian aspek finansial dengan menguji *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, dan *profitability index*, SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR dinyatakan layak.

DISCUSSION

Dari hasil pengamatan dan analisis berdasarkan observasi lapangan dan laporan keuangan yang telah dilakukan terhadap usaha SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR, usaha tersebut dinyatakan layak dalam aspek non finansial dan aspek finansial. Sesuai dengan latar belakang penelitian yang disebutkan diawal, hal tersebut telah dibuktikan dengan data data yang diperoleh peneliti.

1. Berdasarkan hasil studi kelayakan bisnis usaha SKYMO APPAREL layak dilakukan
2. Berdasarkan hasil analisis dari aspek non-finansial yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan aspek manajemen sumber daya manusia, usaha SKYMO APPAREL dapat dikategorikan layak.
3. Berdasarkan hasil dari aspek finansial usaha SKYMO APPAREL dapat dikategorikan layak hal ini terlihat dari *Payback Period* (PP) 1 bulan 3 hari lebih cepat dari umur ekonomis, *Net Present Value* (NPV) bernilai positif atau lebih dari nol yaitu sebesar Rp. 840.851.405, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 38,93%, layak karna lebih dari 38%, dan PI bernilai 18, layak karna lebih besar dari 1, sehingga usaha SKYMO APPAREL dikategorikan layak.

CONCLUSION

Dari hasil penelitian analisis pengembangan usaha SKYMO APPAREL, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis dengan menggunakan aspek finansial dan non-finansial menyatakan usaha SKYMO APPAREL layak untuk dikembangkan dengan mempertimbangkan beberapa hal yang berkaitan agar tidak terjadi kesalahan kedepannya.
2. Sebaiknya melakukan perhitungan yang lebih matang sebelum melakukan investasi agar tidak terjadi kerugian.
3. Meningkatkan promosi penjualan, tidak hanya melalui brosur, *flayer*, mulut ke mulut dan media sosial namun dengan memperluas pangsa pasar mengingat jumlah konsumen dari hari kehari terus meningkat, agar perusahaan bisa mendapatkan pendapatan yang terus meningkat setiap bulannya.

REFERENCES

- Agustin, H. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- Aliefah dan Nandasari. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Volume 6, Nomor 1. *Jurnal Mudima*, Volume 2, No. 8.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Daryanto. (2021). *Manajemen Produksi*. Bandung: Yrama Widya.
- Herawati dan Purwoko. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Industri Pakaian Anak Merek Bilbil Kids*. Juminan. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir & Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke-14. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purnomo, et. al. (2002). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Purwana, Dedi, dan Nurdin Hidayat. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Ramdan, Muhamad. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Tailor Diansa Atelier Bogor*. Skripsi. STIE GICI. Tidak Dipublikasikan.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. Jakarta: LaGood's Publishing.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Wati et. al. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis PendirianHome Industry Zahelsaff Hijab & Fashion. *Inovasi Manajemen dan Kebijakan Publik*, Volume 3 No.2.