

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PRODUKSI TAS *BACKPACK*: STUDI TENTANG POTENSI PASAR BERDASARKAN 6 ASPEK KELAYAKAN

Widya Asri Rahayu Nastiti^{*1}, Januar Wibowo², Sri Suhandiah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dinamika, Kota Surabaya, Indonesia

*Corresponding Author:

Email: januar@dinamika.ac.id

Abstract.

In this final project, a business idea for a high-quality backpack production business is the subject of a business feasibility study for a local bag business. The systematic evaluation of a company's due diligence is one aspect of business feasibility research that is required. Due to the fact that this company is still in its infancy, there are six primary considerations: legal aspects, market and marketing aspects, financial aspects, technical and technological aspects, management and human resource aspects, and social and economic aspects. With an average value of 4, the legal aspect of the feasibility analysis's findings were deemed feasible. With an average acquisition value of 4, the market and marketing feasibility analysis was found to be feasible. Based on the Net Present Value calculation, the NPV value is Rp, and the Payback Period calculated to be 0, 6319229070640429, the financial results of the analysis were deemed feasible. 1,173,776,761 yields a Profitability Index with a PI value greater than 1, which is equal to 3.362. The Internal Rate of Return method yields a result of 64 percent, while the Average Rate of Return yields a result of 133 percent. With an average value of 4.1, this business also meets technical and technological requirements. The analysis's findings are based on the acquisition of an average point of 4.25, which indicates that human resources management is feasible. With an average score of 4, the social and economic aspects analysis's findings are deemed feasible. From the perspectives of legal feasibility, market and marketing, finance or finance, technical and technology, management and human resources, economics and social, and industrial business and backpack bag trading, decisions that can be made based on the results of discussion of recommendations are possible.

Keywords: Business Feasibility Study, Backpack Bag, 6 Business Aspects

1. PENDAHULUAN

Industri *fashion* di Indonesia mengalami perkembangan dengan mengadopsi ragam budaya yang bervariasi, baik budaya dalam negeri maupun budaya luar negeri, salah satunya adalah tas. Tas merupakan salah satu jenis produk pada industri *fashion* yang memiliki fungsi untuk menampung barang (Kencana, Herlambang, & Nurhidayat, 2019). Tas juga dibutuhkan oleh banyak kalangan usia sebagai alat atau media yang dapat mempermudah seseorang dalam membawa barang bawaan seseorang. Selain untuk menampung barang dibawa bepergian atau beraktivitas, tas juga berfungsi untuk mendukung penampilan seseorang dalam kehidupan sehari-hari (Lestari, Susanto, Susanto, Sugiyamin, & Barriah, 2022). Dalam pemilihan produk tas yang digunakan, kenyamanan dan desain yang *up to date* turut menjadi minat seseorang terhadap tas. Tas yang banyak diminati masyarakat pun membawa peluang baru dalam dunia bisnis.

Saat ini, terdapat banyak pilihan tas yang dipasarkan, namun jarang ditemukan tas yang dapat digunakan untuk beberapa kegiatan dalam waktu yang bersamaan (Pandary, 2022). Hal tersebut mengakibatkan mayoritas masyarakat konsumtif terhadap pembelian produk tas yang cenderung berlebih demi memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk aktifitas yang berbeda-beda. Hal ini berdampak pada pembengkakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk tas. Selain itu, material yang digunakan sebagai bahan tas juga menjadi penentu kenyamanan konsumen produk tas. Oleh karena itu, pada awal Mei 2022 telah dilakukan survei kecil pada 54 responden yang berasal dari Pulau Jawa. Dalam survei tersebut diperoleh 54 responden berjenis kelamin perempuan sebesar 63% dan 37% berjenis kelamin laki-laki. Survei tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi, preferensi, dan intensi responden dalam membeli produk tas di tahun 2022. Berdasarkan

hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 26 responden lebih memilih tas dengan tipe *backpack*, 13 responden lebih memilih tas dengan tipe *totebag*, 11 responden lebih memilih tas dengan tipe *multispace bag*, dan 4 responden memilih tas dengan tipe *sling bag*.

Dari 26 responden yang memilih tas dengan tipe *backpack*, jumlah laki-laki yang memilih *backpack* sebanyak 14 orang dan jumlah perempuan yang memilih *backpack* sebanyak 16 orang. Pemilihan tas dengan tipe *backpack* ini didasari oleh nilai fungsi *backpack* yang lebih praktis dan dapat memuat banyak barang. Hasil survei juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat pada tas yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, yaitu dapat memuat banyak barang terutama laptop, desain yang simpel, mengusung warna netral dan tidak terlalu mencolok, serta memiliki banyak kantong di tiap *zipper*. Tas dengan kebutuhan yang diminati oleh responden cenderung mengarah pada nilai fungsional tas, artinya tas tersebut menggunakan bahan tas yang mengutamakan *utility*, *durability*, dan desain yang minimalis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, didapatkan permasalahan dari segi ergonomi, fungsi, material, dan desain pada *backpack*. Permasalahan tersebut antara lain adalah nyeri pada bagian bahu saat menggunakan *backpack* dengan durasi yang lama, terdapat hambatan pada sirkulasi udara di bagian punggung pengguna *backpack*, ketika dipakai *backpack* kurang mencengkram di badan, daya muat yang sedikit, kompartemen kurang banyak, mudah robek, tidak *waterproof*, warna terlalu mencolok, dan desain yang kurang menarik.

Dilihat dari latar belakang di atas, muncul gagasan atau ide bisnis memproduksi tas dengan kualitas yang baik. Ide bisnis yang digagas menawarkan produk tas yang menggunakan material kain nilon. Alasan yang mendasari pemilihan bahan tas menggunakan kain nilon dikarenakan kain nilon merupakan jenis kain yang memiliki tingkat elastisitas yang baik dan cukup kuat untuk menahan beban. Produk tas yang diproduksi adalah *backpack* yang memiliki banyak kantong di tiap *zipper* sehingga barang bawaan menjadi lebih terorganisir, seperti menyediakan *internal pocket*, *front pocket*, dan *side water bottle pocket*. Pada *internal pocket* disediakan meliputi kantong utama untuk menampung buku dan laptop. Pada *front pocket* disediakan kantong *smartphone*, *charger* dan dompet. Pada *side water bottle pocket* disediakan kantong untuk menampung botol minum. Produk tas ini juga menambahkan strap untuk memperkuat cengkraman tas ke badan pengguna dan ukuran tas menyesuaikan kebutuhan dari barang bawaan pengguna.

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, dibutuhkan studi kelayakan bisnis yang mencakup aspek-aspek kelayakan bisnis. Aspek-aspek tersebut harus dibuat dengan sistematis. Maka, diperlukan analisis pasar dengan melakukan identifikasi permasalahan lingkungan dan potensi peluang untuk menguji kelayakan dari usaha tas. Adapun aspek kelayakan bisnis yang digunakan didasari pada 7 aspek kelayakan bisnis menurut Kasmir & Jakfar (2016). Dilihat bisnis ini merupakan bisnis yang baru tumbuh sehingga aspek utama yang harus dilihat ada 6, yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek ekonomi dan sosial. Alasan studi kelayakan bisnis ini tidak menganalisis aspek amdal adalah amdal tidak perlu dilakukan karena kegiatan produksi yang dilakukan memiliki ancaman yang rendah terhadap lingkungan, dimana kegiatan produksi tidak melakukan pembuatan kain, pewarnaan kain atau proses pembakaran yang mempengaruhi kualitas udara, pada proses produksinya dengan waktu 8 jam sehari tidak melakukan kegiatan yang mengganggu kebisingan lingkungan yang melebihi baku mutu yaitu sebesar 85dB, atau polusi udara dengan nilai baku mutu kurang dari 65 mikrogram/m³.

II. METODE

Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung atau tidak langsung untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti (Rosady, 2013). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada poin-poin berikut:

1. Aspek Hukum

Pengumpulan data untuk analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan wawancara terhadap pihak kelurahan, praktisi hukum, dan studi dokumentasi.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pengumpulan data untuk analisis aspek pasar dan pemasaran pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan kuesioner penelitian untuk mengumpulkan data dari calon target pasar (pasar potensial), terutama mengenai daya beli, kebutuhan, dan keinginan mengonsumsi produk yang dihasilkan. Ferdinand (2014) menyatakan bahwa jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali lima sampai

sepuluh. Dalam penelitian ini terdapat 9 buah indikator penelitian. Maka, jumlah minimal anggota sampel adalah 45-90 responden. Studi kelayakan bisnis tas ini mengambil sampel sebanyak 50 responden.

3. Aspek Keuangan

Pengumpulan data untuk analisis aspek keuangan pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan studi observasi yang berkaitan dengan kondisi lahan dan studi dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada aspek keuangan adalah analisis kuantitatif, yaitu dengan menggunakan analisis kemampuan pemenuhan kebutuhan permodalan dan analisis kelayakan investasi, seperti *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, *Internal Rate of Return*, and *Average of Return*.

4. Aspek Teknis/Operasi

Pengumpulan data untuk analisis aspek teknis/operasi pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan studi observasi pada rencana lokasi bisnis, mesin, peralatan, dan teknologi yang digunakan, *layout* pabrik maupun bangunan.

5. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Pengumpulan data untuk analisis aspek manajemen dan organisasi pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan wawancara terhadap pelaku bisnis sejenis, calon pelaku bisnis dan pihak rekan atau sumber daya manusia yang melaksanakan tahap kegiatan.

6. Aspek Ekonomi dan Sosial

Pengumpulan data untuk analisis aspek ekonomi dan sosial pada studi kelayakan bisnis dilakukan dengan observasi terhadap lingkungan bisnis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deksriptif kualitatif ini berupa proses menganalisis, menggambarkan dan meringkas kejadian atau fenomena dari data yang diperoleh melalui proses wawancara maupun pengamatan langsung ke lapangan. Data biasanya disajikan dalam bentuk grafik atau tabel.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Hukum

Tabel 1. Analisis Kelayakan Aspek Hukum

No.	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kesesesuaian bisnis dengan hukum yang berlaku				√		Baik
2.	Kemampuan untuk memenuhi persyaratan perizinan CV, izin usaha, dan izin lanjutan			√			Cukup
3.	Kemampuan untuk memenuhi persyaratan nama CV (analisis badan usaha)					√	Sangat Baik
Jumlah Skor						12	
Rata-rata						4	

Keterangan: 1 = Sangat Jelek; 2 = Jelek; 3 = Cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik

Layak → Nilai rata-rata evaluasi penilaian aspek hukum di atas lebih dari tiga atau sama dengan tiga, dengan tidak adanya aspek penilaian di bawah tiga.

Ide bisnis tas lokal yang diusulkan oleh pemilik usaha termasuk ke dalam badan usaha CV dinyatakan layak dari segi aspek hukum dengan nilai rata-rata 4. Dilihat dari kesesuaian bisnis dengan hukum yang berlaku, usaha tas ini termasuk usaha industri dan perdagangan yang diatur dalam Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 (www.peraturan.bpk.go.id) dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2021 (www.peraturan.bpk.go.id), serta usaha ini termasuk ke dalam kriteria badan usaha CV yang diatur dalam Permenkumham No. 17 Tahun 2018 (www.peraturan.bpk.go.id). Pemilik usaha juga mampu melengkapi dokumen yang dibutuhkan untuk memenuhi persyaratan mendirikan badan usaha CV. Namun, untuk persyaratan perizinan lokasi dan IMB belum mampu dilengkapi oleh pemilik dikarenakan pemilik usaha belum mengurus perizinan usaha. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis tas ini diharuskan untuk melengkapi perizinan usaha terlebih dahulu, sehingga dapat melengkapi dokumen persyaratan perizinan lokasi dan Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dari hasil survei yang dilakukan pada 15 Desember 2022 terhadap peminat tas melalui Google Form. Dalam melakukan analisis STP, diperlukan perencanaan dan penerapan pemasaran produk dengan analisis kondisi perusahaan secara keseluruhan. Analisis strategi yang dilakukan meliputi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.

1. *Segmentation*

Strategi segmentasi geografis yang diterapkan menggunakan strategi penguasaan wilayah di Indonesia dengan cara mempromosikan produk yang dihasilkan secara *online* yang disesuaikan dengan target pasar yang ditetapkan. Target konsumen berada di wilayah Pulau Jawa, khususnya Jakarta, Surabaya, Bandung, Malang, dan Madiun. Hal tersebut didasari oleh akses distribusi yang lebih mudah dilakukan di Pulau Jawa. Sedangkan dari segi demografinya, produk dari ide bisnis ini ditujukan untuk perempuan maupun laki-laki dikarenakan desain tas yang diciptakan bersifat *unisex* atau dapat digunakan untuk laki-laki maupun perempuan. Berdasarkan segmentasi psikografi, target pasar yang dituju adalah orang-orang yang memiliki minat atau ketertarikan terhadap dunia *traveling*.

2. *Targeting*

Target konsumen yang ditentukan pada studi kelayakan bisnis ini disesuaikan dengan segmentasi yang ditetapkan sebelumnya, yaitu laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 15-30 tahun di wilayah Pulau Jawa. Target konsumen tersebut baik pelajar, mahasiswa, maupun pekerja dengan pendapatan bulanan yang diperoleh minimal Rp 2.000.000,-.

3. *Positioning*

Dari segi behavioristiknya, target pasar yang dituju meliputi orang-orang yang lebih mengutamakan *utility*, *durability*, dan *minimalis design*. Hal tersebut didasari oleh hasil kuesioner terkait karakteristik tas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk lebih jelasnya, analisis segmentasi pasar bisnis tas ini dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Strategi STP

Segmentasi Pasar	Keterangan
Segmentasi Geografi	Wilayah Jakarta, Bandung, Surabaya, Malang, dan Madiun
Segmentasi Demografi	a. Usia 15-24 tahun b. Jenis kelamin perempuan dan laki-laki c. Memiliki pendapatan minimal Rp 2.000.000,- (dua juta rupiah) d. Jenjang pendidikan SMA hingga kuliah
Segmentasi Psikografi	a. Orang yang memiliki minat atau ketertarikan terhadap <i>traveling</i> b. Pelajar c. Mahasiswa atau mahasiswi
Segmentasi Behavioristik	a. Membutuhkan tas yang dapat memuat banyak barang b. Mengutamakan <i>utility</i> (nilai fungsi dari suatu produk tas) c. Mengutamakan <i>durability</i> (daya tahan dari suatu produk tas) d. Mengutamakan desain tas yang minimalis

Tabel 3. Penilaian Aspek Pasar dan Pemasaran

No.	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kemampuan menyusun strategi STP yang efektif dibanding pesaing				√		Baik
2.	Kemampuan menyusun strategi bauran pemasaran (4P) yang efisien dibanding pesaing				√		Baik
3.	Kemampuan menghasilkan produk yang lebih unggul dibanding pesaing				√		Baik
Jumlah Skor						12	
Rata-rata						4	

Keterangan: 1 = Sangat Jelek; 2 = Jelek; 3 = Cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik

Layak → Nilai rata-rata evaluasi penilaian aspek pasar dan pemasaran di atas lebih dari tiga atau sama dengan tiga, dengan tidak adanya aspek penilaian di bawah tiga.

Analisis kemampuan atau kelayakan dari aspek pasar dan pemasaran untuk ide bisnis ini berdasarkan kemampuan menghasilkan produk yang lebih baik dibanding pesaing mendapatkan skor 4. Hal ini didasari oleh hasil observasi yang dilakukan, terdapat *review* pada *marketplace* pesaing yang komplain perihal daya tahan produk tas pesaing. Aspek penilaian kemampuan menyusun strategi STP yang efektif dibanding pesaing juga mendapatkan skor 4 berdasarkan penguasaan wilayah penjualan dan pemasaran yang dilakukan secara *online* dan penentuan target konsumen. Aspek penilaian kemampuan berdasarkan kemampuan menyusun bauran pemasaran (4P) yang lebih efisien dibanding pesaing mendapatkan skor 4, dikarenakan ide bisnis ini menjual secara *online* yang didasari oleh potensi yang ditimbulkan atas meningkatnya pengguna media sosial dan kemampuan pemilik usaha dalam melakukan *digital marketing*. Hal tersebut juga didasari oleh kemampuan dalam menentukan harga dengan memperhatikan dan mengutamakan kebermanfaatan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sedangkan, berdasarkan hasil survei, dibandingkan dengan harga kompetitor, harga yang ditawarkan lebih terjangkau dengan tetap mengutamakan *utility*, *durability*, dan minimalis yang dibutuhkan oleh konsumen. Dari ketiga aspek yang dinilai, maka ide bisnis ini dinyatakan layak dari segi aspek pasar dan pemasaran dengan nilai rata-rata 4.

Aspek Keuangan

Dalam memperhitungkan aspek keuangan, terdapat beberapa data yang diperlukan untuk dianalisis. Oleh karena itu, dilakukan observasi data keuangan, diantaranya rata-rata pertumbuhan pendapatan dan inflasi, tingkat suku bunga kredit dan pinjaman, penentuan hari kerja per bulan dan per tahun, data investasi, peralatan produksi, biaya personal, biaya kantor, hingga biaya bahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2. Setelah melakukan observasi terkait data keuangan, selanjutnya melakukan identifikasi kebutuhan investasi. Hal tersebut digunakan untuk menghitung nilai akhir investasi selama 5 tahun ke depan. Perhitungan nilai akhir investasi, meliputi investasi yang dapat mengalami penyusutan dan investasi yang tidak mengalami penyusutan.

Perhitungan nilai investasi yang mengalami penyusutan diperoleh dari penjumlahan biaya persiapan sebesar Rp 50.000.000,-, investasi kantor sebesar Rp 311.289.200,-, investasi kendaraan sebesar Rp 40.000.000,-, dan peralatan produksi sebesar Rp 20.290.000,- dengan jumlah nilai investasi yang mengalami penyusutan sebesar Rp 421.579.200,-. Perhitungan nilai investasi yang tidak mengalami penyusutan diperoleh dari harga tanah, instalasi listrik, dan modal kerja dengan jumlah sebesar Rp 75.417.632. Total nilai akhir investasi yang diperoleh sebesar Rp 496.996.832,-. Terdapat *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, *Internal Rate of Return*, dan *Average Rate of Return*. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui kenaikan *cash inflows (proceeds)* tiap tahun selama 5 tahun ke depan.

Tabel 4. Perhitungan Cash Flow

Tahun	Lab a Setelah Pajak	Penyusutan	Bunga	1-Pajak (10%)	Proceeds
0					Rp 496.996.832
1	Rp 209.985.356	Rp 74.091.353	6%	0,9	Rp 284.076.710
2	Rp 262.848.675	Rp 74.091.353	6%	0,9	Rp 336.940.028
3	Rp 322.437.049	Rp 74.091.353	6%	0,9	Rp 396.528.402
4	Rp 389.505.135	Rp 74.091.353	6%	0,9	Rp 463.596.488
5	Rp 464.887.746	Rp 74.091.353	6%	0,9	Rp 538.979.100

Perolehan *proceeds* didapat dari penjumlahan laba setelah pajak, penyusutan, dan bunga 6% dikali 1-pajak (10%). *Proceeds* yang diperoleh pada tahun pertama adalah sebesar Rp 284.076.710,-. *Proceeds* yang diperoleh pada tahun kedua adalah sebesar Rp 336.940.028,-. *Proceeds* yang diperoleh pada tahun ketiga adalah sebesar Rp 396.528.402,-. *Proceeds* yang diperoleh pada tahun keempat adalah sebesar Rp 463.596.488,-. *Proceeds* yang diperoleh pada tahun kelima adalah sebesar Rp 538.979.100,-.

Payback Period

Setelah menghitung aliran kas atau *cashflow*, selanjutnya adalah menghitung *payback period* (PP). Hal tersebut digunakan untuk mengetahui masa pengembalian dana yang diinvestasikan dapat diperoleh kembali.

Perolehan *payback period* (PP) didapat dari perhitungan kumulatif aliran kas pada tahun usaha dimulai dibagi aliran kas yang diperoleh pada tahun pertama, begitupun selanjutnya hingga perolehan kumulatif aliran kas menjadi positif. Hasil yang diperoleh kemudian dikalikan jumlah hari dalam satu tahun untuk mencari kekurangan dalam hari. Setelah itu, hasil tersebut dibagi jumlah hari dalam satu bulan untuk mencari kekurangan dalam bulan. Kemudian, hasil yang didapat diubah menjadi pecahan desimal dan dikali jumlah hari dalam satu bulan untuk mencari sisa hari yang diperlukan. *Payback period* yang diperoleh atas dana yang diinvestasikan sebesar Rp 496.996.832 dapat diperoleh kembali seluruhnya dalam waktu 1 tahun 7 bulan 21 hari.

Tabel 5. Perhitungan *Payback Period*

No.	Keterangan	Aliran Kas	Kumulatif Aliran Kas	Kekurangan dalam Hari	Kekurangan dalam Bulan	Sisa Hari
1.	<i>Initial Investment/Outlays</i>	-Rp 496.996.832	-Rp 496.996.832			
2.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-1	Rp 284.076.710	-Rp 212.920.122			
3.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-2	Rp 336.940.028	Rp 124.019.906	231	7,7	21
4.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-3	Rp 396.528.402	Rp 520.548.308			
5.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-4	Rp 463.596.488	Rp 984.144.797			
6.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-5	Rp 538.979.100	Rp 1.523.123.897			

Net Present Value

Setelah menghitung aliran kas atau *cashflow*, selanjutnya adalah menghitung *net present value* (NPV). Hal tersebut digunakan untuk mengetahui nilai sekarang atau nilai saat ini dari suatu aset yang dikurangi dengan harga pembelian awal. Perolehan *net present value* (NPV) yang didapat bernilai positif, yaitu sebesar Rp 1.173.776.761,-.

Tabel 6. Perhitungan NPV

No.	Keterangan	Aliran Kas
1.	<i>Initial Investment/Outlays</i>	-Rp 496.996.832
2.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-1	Rp 284.076.710
3.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-2	Rp 336.940.028
4.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-3	Rp 396.528.402
5.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-4	Rp 463.596.488
6.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-5	Rp 538.979.100
NPV		Rp 1.173.776.761

Profitability Index

Setelah menghitung aliran kas atau *cashflow*, selanjutnya adalah menghitung *profitability index* (PI). Hal tersebut digunakan untuk mengetahui perbandingan antara nilai arus kas bersih mendatang dengan nilai investasi yang sekarang. *Profitability index* harus lebih besar dari 1 baru dikatakan layak. Semakin besar PI, investasi semakin layak. Perolehan *profitability index* (PI) yang didapat bernilai lebih dari 1, yaitu sebesar 3,362.

Tabel 7. Perhitungan *Profitability Index*

No.	Keterangan	Aliran Kas
1.	<i>Initial Investment/Outlays</i>	-Rp 496.996.832
2.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-1	Rp 284.076.710
3.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-2	Rp 336.940.028
4.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-3	Rp 396.528.402

5.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-4	Rp 463.596.488
6.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-5	Rp 538.979.100
PV Proceeds		Rp 1.670.773.593
PV Outlays		Rp 496.996.832
PI		3,362

Internal Rate of Return

Setelah menghitung aliran kas atau *cashflow*, selanjutnya adalah menghitung *internal rate of return* (IRR). Hal tersebut digunakan untuk mengukur suatu aset, apakah aset tersebut mengalami peningkatan atau tidak. Perolehan *internal rate of return* (IRR) yang didapat sebesar 64%. Perolehan *internal rate of return* (IRR) didapat dari perhitungan tingkat bunga atau *rate of return* pada saat nilai sekarang dari *net cashflow* dikurangi investasi awal sama dengan nol.

Tabel 8. Perhitungan IRR

No.	Keterangan	Aliran Kas
1.	<i>Initial Investment/Outlays</i>	-Rp 496.996.832
2.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-1	Rp 284.076.710
3.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-2	Rp 336.940.028
4.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-3	Rp 396.528.402
5.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-4	Rp 463.596.488
6.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-5	Rp 538.979.100
IRR		64%

Average Rate of Return

Setelah menghitung aliran kas atau *cashflow*, selanjutnya adalah menghitung *average rate of return* (ARR). Hal tersebut digunakan untuk mengukur rata-rata pengembalian. Perolehan *average rate of return* (ARR) yang didapat sebesar 133%. Perolehan *average rate of return* (ARR) didapat dari perhitungan pendapatan rata-rata aset dibagi investasi awal.

Tabel 9. Perhitungan ARR

No.	Keterangan	Aliran Kas
1.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-1	Rp 209.985.356
2.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-2	Rp 262.848.675
3.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-3	Rp 322.437.049
4.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-4	Rp 389.505.135
5.	<i>Proceeds</i> Tahun ke-5	Rp 464.887.746
Rata-Rata Laba Setelah Pajak		Rp 329.932.792
Rata-Rata Investasi		Rp 248.498.416
ARR		133%

Pada studi kelayakan bisnis ini, kelayakan aspek keuangan ditinjau dari beberapa penilaian. Dari hasil analisis aspek keuangan yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa studi kelayakan bisnis tas layak berdasarkan kemampuan pemilik usaha dalam memenuhi kebutuhan permodalan totalnya sama dengan modal yang dibutuhkan. Dalam hal ini, totalnya sebesar Rp 551.379.464,-. Kelayakan tersebut juga dilihat dari *Payback Period*, dana yang diinvestasikan sebesar Rp 496.996.832 dapat diperoleh kembali seluruhnya dalam waktu 1 tahun 7 bulan 21 hari. Artinya, *Payback Period* (PP) < *Payback Maximum*. Nilai NPV lebih besar dari nol atau bernilai positif, yaitu Rp 1.173.776.761. Nilai PI lebih besar dari satu, yaitu 3,362. Nilai IRR lebih besar dari tingkat keuntungan yang dikehendaki, yaitu 64%. Nilai ARR lebih besar dari *minimum accounting rate of return* yang dikehendaki, yaitu 133%.

Aspek Teknis dan Teknologi

Lokasi pabrik/tempat produksi ide bisnis tas lokal ini ditentukan atas dasar jenis usaha yang dijalankan. Lokasi pabrik/tempat produksi cenderung relatif dekat dengan bahan baku, sumber ketenagakerjaan, dan

tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk produksi juga relatif baik. Letak lokasi bisnis ide bisnis ini termasuk strategis dan dekat dengan pasar maupun konsumen. Usaha tas lokal ini mempertimbangkan letak pabrik, gudang, dan kantor dekat dengan pasar agar dapat menekan biaya produksi pada bahan baku.

Usaha tas lokal pada ide bisnis ini memiliki mesin yang digunakan untuk memproduksi. Terdapat beberapa mesin alat produksi yang digunakan, diantaranya adalah mesin jahit dan mesin pemotong kain otomatis, serta set perbaikan alat maupun perabotan. Tata letak lokasi/tempat pabrik usaha tas dirancang dengan produk, proses, sumber daya, dan lokasi sehingga operasi usaha tas dapat dilakukan secara efisien. *Layout* yang digunakan merupakan *layout* produk atau garis. *Layout* ini dirancang berdasarkan alur kerja dari awal hingga akhir, dimana cocok untuk digunakan bagi perusahaan yang memproduksi secara terus-menerus dalam jumlah yang besar.

Tabel 10. Analisis Aspek Teknis dan Teknologi

No.	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kondisi rencana lokasi bisnis					√	Sangat Baik
2.	Ketersediaan mesin				√		Baik
3.	Ketersediaan peralatan				√		Baik
4.	Ketersediaan teknologi			√			Cukup
5.	Ketersediaan suku cadang				√		Baik
6.	Kemampuan memproduksi produk pada skala produksi yang optimal				√		Baik
7.	Kemampuan menyusun <i>layout</i> pabrik dan kantor yang optimal					√	Sangat Baik
Jumlah Skor						29	
Rata-rata						4,1	

Keterangan: 1 = Sangat Jelek; 2 = Jelek; 3 = Cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik

Layak → Nilai rata-rata evaluasi penilaian aspek teknis dan teknologi di atas lebih dari tiga atau sama dengan tiga, dengan tidak adanya aspek penilaian di bawah tiga.

Aspek teknis dan teknologi dalam ide bisnis ini memiliki nilai evaluasi yang relatif baik. Dalam hal kondisi rencana lokasi bisnis dapat dikatakan sangat baik dikarenakan memiliki lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya. Letak geografis serta bahan baku juga dekat dengan lokasi/tempat pabrik, ketersediaan mesin seperti mesin jahit dan mesin pemotong kain otomatis serta peralatan pendukung juga memudahkan operasi bisnis dalam hal efisiensi produksi. Lokasi/tempat produksi pabrik ide bisnis tas ini memiliki tata letak atau *layout* yang cukup strategis dan baik. Maka, dapat disimpulkan bahwa dari segi aspek teknis dan teknologi bisnis tas ini dikatakan layak karena memiliki rata-rata penilaian 4,1.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Tabel 11. Penjadwalan Proyek

No.	Kegiatan	Bulan						PIC
		1	2	3	4	5	6	
1.	Perencanaan pembangunan							Pemilik usaha/Direktur
2.	Pengurusan perizinan							Pemilik usaha/Direktur
3.	Pembangunan gedung pabrik							Kontraktor bangunan
4.	Pembelian bahan baku							Bagian logistik
5.	Pembelian alat dan mesin produksi							Bagian logistik
6.	Perekrutan karyawan							Pemilik usaha/Direktur
7.	Persiapan tempat produksi							Bagian produksi
8.	Pra produksi							Bagian produksi
9.	Evaluasi hasil produksi							Bagian QC
10.	Presentasi hasil produksi ke bagian pemasaran							Bagian produksi
11.	Produksi massal							Bagian produksi
12.	<i>Quality Control</i>							Bagian QC

13. <i>Packing</i> produk	Bagian produksi
14. Strategi promosi dan pemasaran produk	Bagian pemasaran

Merujuk pada tabel 11, dapat dilihat bahwa durasi penjadwalan penyelesaian proyek membutuhkan waktu selama 181 hari. Metode pembangunan proyek sampai pada strategi pemasaran produk dilakukan dengan cara bertahap, yaitu membagi waktu penjadwalan menjadi 6 bulan. Perencanaan pembangunan, pengurusan perizinan, dan pembangunan gedung pabrik dilakukan pada bulan pertama, yang dimana perlu dilakukan pengukuran dan pembuatan *layout* pabrik, perizinan pembangunan, dan pembangunan gedung yang kemudian diserahkan kepada pemilik usaha dan kontraktor bangunan dengan keterangan tanah seluas 182 m². Pengurusan perizinan dilakukan selama 2 bulan, dikarenakan adanya proses Izin Mendirikan Bangunan (IMB) yang memerlukan waktu 20-21 hari, kemudian dilanjutkan dengan proses Persetujuan Bangunan Gedung (PBG). PBG dapat diterbitkan apabila rencana teknis yang diajukan memenuhi standar teknis sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan, untuk mengetahui apakah rencana teknis tersebut memenuhi standar teknis atau tidak, diperlukan sebuah proses konsultasi yang melibatkan tenaga ahli yang memiliki kemampuan dan keahlian terkait bangunan gedung. PBG dikeluarkan oleh pemerintah sesuai kewenangan dari pihak pemerintah dan dikeluarkan paling lambat 28 hari kerja, tergantung fungsi dan klasifikasi bangunan usaha.

Proses pembangunan ditargetkan berlangsung selama 3 bulan dan mengutamakan pembangunan pabrik bagian produksi terlebih dahulu agar kegiatan penjadwalan berikutnya dapat terlaksana sesuai dengan penjadwalan proyek. Produk dari proses pra produksi kemudian dievaluasi oleh bagian QC untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar pabrik sebelum dilakukan produksi massal. Setelah itu, pada bulan keenam dilakukan proses produksi massal, pengecekan produk melalui QC, *finishing* produk dengan cara *packing*, hingga strategi promosi dan pemasaran produk, dimana produk yang telah lolos QC kemudian dijual dengan strategi dan pemasaran produk yang telah ditetapkan oleh bagian pemasaran. Untuk mencapai target produksi, kegiatan dapat berlangsung selama 1 bulan.

Analisis Kebutuhan Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan penentu dari aktivitas proses produksi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien. Analisis kebutuhan tenaga kerja pada bisnis usaha tas ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan *Work load Analysis*. Ide bisnis tas ini merencanakan produksi tas sebanyak 400 tas tiap bulan, sedangkan proses untuk menghasilkan satu buah tas adalah 1 jam per karyawan. Artinya, beban yang diperlukan dalam satu bulan adalah 400 jam yang diperoleh dari 400 tas x 1 jam. Jika satu orang karyawan dalam satu bulan rata-rata bekerja selama 208 jam yang diperoleh dari (8 jam x 26 hari) maka dalam satu bulan perusahaan tas ini membutuhkan tenaga kerja sebanyak 2 orang. Perhitungan tersebut belum memperhitungkan absensi dan *turn over*. Jika tingkat absensi dan *turn over* diperhitungkan maka menambah jumlah tenaga kerja untuk memenuhi target produksi. Jika absensi 5% dan tingkat perputaran tenaga kerja sebesar 2% maka jumlah kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan adalah 2 orang dengan perhitungan seperti pada tabel 12.

Tabel 12. Perhitungan *Work load Analysis*

<i>Work load</i>	400 jam
Absensi (400 x 5%)	20 jam
<i>Turnover</i> (400 x 2%)	8 jam
Total	428 jam
Jumlah tenaga kerja	428:208 jam
	2 orang

Pada analisis sebelumnya telah dihitung bahwa kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan WFA adalah sebanyak 2 orang. Dalam pemenuhan kebutuhan tenaga kerja pada ide bisnis ini, diperlukan sebanyak 6 orang untuk bagian produksi, 2 orang untuk bagian *quality control* (QC), 3 orang untuk bagian logistik, dan 1 orang untuk bagian pemasaran, dan 1 orang untuk bagian keuangan.

Mengacu pada penjelasan terkait kebutuhan tenaga kerja yang dimiliki, diperlukan analisis kemampuan pemilik usaha atau bisnis dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja. Dalam hal ini, dibutuhkan adanya deskripsi pekerjaan dan spesifikasi jabatan atas tenaga kerja atau sumber daya manusia yang dimiliki. Hal tersebut

bertujuan untuk menunjang jalannya bisnis tas ini. Adapun deskripsi pekerjaan dan spesifikasi jabatan tersebut, diantaranya:

1. **Pemilik Bisnis/Direktur**
Pemilik bisnis atau direktur merupakan orang yang memiliki modal atau investasi awal dalam mendirikan dan mengelola bisnis sesuai dengan tujuan dan meningkatkan efisiensi, serta efektivitas bisnis. Pemilik bisnis atau direktur memiliki tugas dan kewajiban untuk bertanggung jawab dalam mengawasi kegiatan bisnis yang sedang berlangsung, sehingga bisnis yang dijalankan sesuai tujuan awal bisnis. Selain itu, pemilik bisnis atau direktur juga melakukan perekrutan tenaga kerja awal dikarenakan belum memiliki staf sumber daya manusia (HRD). Sehingga, pemilik bisnis atau direktur harus memiliki kemampuan dasar dan praktik dalam kegiatan SDM perusahaan, yaitu dituntut untuk mampu mencari, merekrut, dan mengelola SDM yang ada di dalam suatu perusahaan secara baik dan tepat. Sehingga, SDM yang dimiliki perusahaan dapat berjalan secara optimal, efektif, dan efisien dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.
2. **Staf Keuangan**
Staf keuangan merupakan seorang staf yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam hal keuangan perusahaan. Staf keuangan harus memiliki kemampuan dasar dan praktik dalam melakukan aktivitas keuangan perusahaan, yaitu dituntut untuk mampu merencanakan perencanaan keuangan dan strategi keuangan yang tepat bagi bisnis yang ditekuni atau dijalankan. Perencanaan keuangan tersebut baik perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga, aliran kas (*cashflow*) dan kas yang masuk pada suatu bisnis dapat berjalan secara optimal, efektif, dan efisien. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis.
3. **Staf Operasional**
Staf operasional merupakan seorang staf yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam kegiatan operasional suatu perusahaan. Kegiatan tersebut dapat meliputi aktivitas pembelian atau pengadaan bahan baku, produksi, hingga pengiriman atau pendistribusian barang. Staf operasional juga dituntut untuk mampu merencanakan perencanaan dan strategi operasional yang tepat bagi perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga, kegiatan atau aktivitas operasional yang terdapat pada suatu perusahaan dapat berjalan secara optimal, efektif, dan efisien. Upaya tersebut bertujuan terciptanya tujuan perusahaan.
4. **Staf Pemasaran**
Staf pemasaran merupakan seorang staf yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam merencanakan perencanaan pemasaran dan strategi pemasaran yang tepat. Upaya tersebut dapat berupa perencanaan dan strategi pemasaran jangka pendek maupun jangka panjang. Kegiatan tersebut dapat meliputi *content marketing*, *digital marketing*, *social media marketing*, promosi dan penjualan melalui *marketplace* dan *influencer marketing*. Seorang staf pemasaran harus memiliki kemampuan yang mendukung kegiatan pemasaran, terutama dalam menggaet audiens dan membangun *brand awareness*. Oleh karena itu, staf pemasaran juga harus memiliki wawasan yang luas dan mampu mengikuti tren pemasaran dan bisnis yang sedang berlangsung atau terjadi. Sehingga, kegiatan atau aktivitas operasional yang terdapat pada suatu perusahaan dapat berjalan secara optimal, efektif, dan efisien. Upaya tersebut bertujuan terciptanya tujuan perusahaan.
5. **Bagian Produksi**
Pada bagian produksi, terdapat 3 susunan, yaitu kepala vendor jahit, karyawan atau tenaga jahit (penjahit), dan ahli pembuat pola jahit. Kepala vendor jahit merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengawasan kinerja karyawan pada aktivitas produksi jahit dan ketepatan waktu dalam aktivitas produksi, agar aktivitas produksi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Karyawan atau tenaga jahit merupakan orang yang bekerja di bawah kepemimpinan kepala vendor jahit. Karyawan atau tenaga jahit harus memiliki ilmu, keterampilan, ketelitian, keuletan, serta pengalaman dalam melakukan aktivitas jahit dengan disiplin dan tepat waktu dalam melakukan pekerjaan. Sehingga, kualifikasi tersebut dapat mengurangi risiko kegagalan produksi dan kecacatan produk pada *output* yang dihasilkan. Ahli pembuat pola jahit memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan aktivitas perencanaan, serta pembuatan pola jahit dengan disiplin dan tepat waktu dalam melakukan pekerjaan. Sehingga, hal tersebut dapat mengurangi risiko kesalahan dan kegagalan pada produksi tas.
6. **Staf Logistik**
Staf logistik merupakan seorang yang bertugas melakukan proses perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan terhadap suatu proses perpindahan baik berupa barang, jasa, energi hingga sumber daya

lain dari satu tempat ke tempat lain. Tugas logistik adalah untuk mendapatkan barang, waktu, jumlah pada kondisi yang tepat dengan biaya yang terjangkau, namun tetap mampu memberikan keuntungan bagi penyedia jasa logistik. Aktivitas logistik dilakukan untuk menyediakan suatu barang yang dibutuhkan pada waktu dan tempat yang tepat. Dalam hal ini, perusahaan harus melakukan serangkaian kegiatan seperti proses pengadaan barang, produksi hingga distribusi.

7. Staf *Quality Control*

Staf *quality control* adalah seorang yang menentukan standar produk yang sesuai dengan apa yang ingin dicapai perusahaan. Produk tas yang sudah dilakukan *finishing* akan melalui proses *quality control*, dimana tas yang sudah jadi kemudian dilakukan pengecekan apakah produk memenuhi kualitas atas spesifikasi tas yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Penentuan standar ini tidak hanya berorientasi pada kepuasan pelanggan, namun juga produktivitas, efektivitas, serta efisiensi proses yang terjadi di dalam perusahaan. Dalam sisi kualitas produk, pihak QC wajib senantiasa menjalankan kontrol dengan melibatkan pihak terkait untuk menjaga kualitas produk tetap pada standar yang dimiliki perusahaan. Dengan begitu, produk yang dimiliki dapat memenuhi atau sesuai ekspektasi pelanggan, sehingga terciptanya loyalitas pelanggan dan segmen pasar bisa berkembang.

Tabel 13. Analisis Aspek Manajemen dan SDM

No.	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kemampuan merencanakan penjadwalan proyek				√		Baik
2.	Ketersediaan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis					√	Sangat Baik
3.	Kemampuan merekrut tenaga kerja sesuai dengan deskripsi pekerjaan dan spesifikasi jabatan				√		Baik
4.	Kemampuan menyusun struktur organisasi				√		Baik
Jumlah Skor						17	
Rata-rata						4,25	

Keterangan: 1 = Sangat Jelek; 2 = Jelek; 3 = Cukup; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik

Layak → Nilai rata-rata evaluasi penilaian aspek manajemen dan sumber daya manusia di atas lebih dari tiga atau sama dengan tiga, dengan tidak adanya aspek penilaian di bawah tiga.

Dari tabel 13 dapat dianalisis kemampuan pelaku usaha dalam membangun bisnis berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia. Aspek penilaian kemampuan menyelesaikan merencanakan penjadwalan proyek mendapat skor 4 dikarenakan pemilik usaha belum dapat memastikan waktu pembangunan bisnis yang disebabkan oleh adanya beberapa faktor seperti pemilihan jenis material, dan jumlah SDM yang terlibat dalam pembangunan gedung. Aspek penilaian ketersediaan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis mendapat skor 5 dikarenakan bisnis ini menyediakan tenaga kerja sesuai kebutuhan untuk mencapai waktu yang efisien. Aspek penilaian kemampuan merekrut tenaga kerja sesuai dengan deskripsi dan spesifikasi jabatan pada bisnis ini mendapat skor 4 karena perekrutan dilakukan secara ketat untuk mendapatkan spesifikasi yang diinginkan dengan jumlah kuota yang terbatas. Aspek penilaian kemampuan menyusun struktur organisasi mendapat skor 4 dikarenakan perekrutan divisi dilakukan secara bertahap untuk menyusun dan merencanakan kegiatan produksi. Sehingga, dari segi manajemen dan sumber daya manusia yang dimiliki, ide bisnis tas yang diusulkan dapat dikatakan layak dengan rata-rata skor 4,25.

Aspek Ekonomi dan Sosial (Aspek Lingkungan)

Pada Desember 2022 didapatkan hasil observasi dari objek observasi yang ditetapkan sebagai kegiatan analisis lingkungan operasional dan lingkungan industri. Pada kegiatan observasi, dilakukan pengumpulan data analisis melalui laboratorium PT Unillab Perdana untuk mengetahui hal apa saja yang merusak lingkungan selama kegiatan produksi berlangsung, salah satunya adalah kegiatan produksi yang berdampak polusi suara. Pada saat kegiatan produksi, perusahaan harus melaksanakan proses pengerjaan dengan kebisingan dibawah 85 dB selama 8 jam kerja. Namun kegiatan produksi yang dilakukan tidak berdampak pada polusi suara dikarenakan kegiatan produksi seperti menjahit dan memotong pola tidak melebihi nilai ambang batas kebisingan yaitu sebesar 85 dB.

Studi kelayakan bisnis ini melakukan observasi untuk mengetahui aktivitas karyawan pabrik tekstil di PT Kahatex untuk mengetahui seberapa besar kesadaran karyawan PT Kahatex dalam membuang sampah pada tempatnya. Dari hasil observasi yang didapat, kurangnya kesadaran karyawan di PT Kahatex dalam membuang sampah pada tempatnya, sehingga hal tersebut dapat mencemari lingkungan dan kegiatan masyarakat sekitar. Studi kelayakan bisnis juga mengumpulkan data analisis terkait kondisi udara di daerah Madiun melalui PT Unilab Perdana.

Kualitas udara di lingkungan kerja harus terjaga agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan tidak mengganggu aktivitas masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil yang didapat, nilai ambang batas konsentrasi polusi udara yang diperbolehkan pada udara ambien yaitu sebesar 65 ugram/m³. Namun, kegiatan menjahit dan pemotongan kain tidak menghasilkan polusi udara berlebih dikarenakan kegiatan yang tidak menggunakan bahan kimia ataupun pembakaran limbah sehingga tidak menjadikan polusi udara lingkungan pabrik sebagai ancaman yang besar. Penjelasan terkait hasil observasi lingkungan bisnis dapat dilihat secara rinci pada tabel 14.

Tabel 14. Hasil Observasi Lingkungan Bisnis

No.	Objek Observasi	Hasil Observasi
1.	Aktivitas ekonomi utama masyarakat	Penyaluran barang atau jasa dan perdagangan
2.	Kegiatan ekonomi yang mungkin mendapatkan dampak positif dari bisnis yang dijalankan	Penyaluran barang atau jasa
3.	Kegiatan ekonomi yang mungkin mendapatkan dampak negatif dari bisnis yang dijalankan	Kenaikan harga material karena adanya <i>supply and demand</i>
4.	Aktivitas calon pemasok	Distributor kain
5.	Aktivitas calon pembeli	Sebagai pelajar
6.	Aktivitas calon pesaing	Produksi tas dan menjual tas
7.	Pengumpulan data analisis melalui laboratorium pengujian PT Unilab Perdana terkait kondisi suara (kebisingan)	Nilai ambang batas kebisingan selama 8 jam per hari, yaitu sebesar 85 dB
8.	Aktivitas karyawan pabrik tekstil terhadap kesadaran dalam membuang sampah pada PT Kahatex	Kurangnya kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya
9.	Pengumpulan data analisis melalui laboratorium pengujian PT Unilab Perdana terkait kondisi udara	Nilai ambang batas konsentrasi polusi udara yang diperbolehkan berada dalam udara ambien, yaitu sebesar 65 µgram/m ³

Pada hasil kesesuaian bisnis, dilakukan penilaian kondisi lingkungan bisnis melalui beberapa sub aspek dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar ancaman dari kondisi lingkungan yang mempengaruhi bisnis yang dijalankan. Pada kondisi pesaing antarperusahaan sejenis, jumlah perusahaan yang memproduksi tas tidak terlalu banyak dimana industri tas di daerah sekitar menjual tas dengan keperluan yang berbeda seperti tas kulit, koper, dan ransel yang mengutamakan nilai *fashion*, sehingga persaingan antarindustri tidak begitu ketat karena adanya perbedaan target konsumen.

Kondisi calon pemasok bahan baku seperti kain nilon, benang, dan bahan penolong cukup tersedia di sekitar lokasi perusahaan, ada beberapa pemasok bahan baku di sekitar lokasi, diantaranya PT Embroitex, PT Delta Surya Textile, dan PT Easternex untuk bahan baku kain dan benang. Kondisi calon pembeli tidak memiliki kekuatan daya tawar menawar yang begitu kuat dikarenakan pilihan model tas yang ditawarkan jenisnya masih sedikit, dan harga jual tas masih dianggap terjangkau untuk pelajar hingga pekerja. Kegiatan tawar menawar akan semakin kecil dikarenakan penjualan dilakukan secara *online* melalui *marketplace*. Kondisi calon kreditur dapat dikatakan baik dikarenakan tersedianya sumber pendanaan di sekitar perusahaan seperti perusahaan *multifinance* dan bank untuk pemberian kredit modal kerja.

Kondisi kepegawaian di lingkungan sekitar dapat dikatakan baik dikarenakan adanya program menjahit untuk masyarakat sekitar tiap bulannya. Program menjahit berasal dari lembaga kursus menjahit dan UPT BLK Madiun. UPT BLK mengadakan program menjahit selama 30 hari atau 6 minggu dengan kapasitas peserta sebanyak 16-20 orang tiap bulan (Diskominfo Kabupaten Madiun, 2022). Lembaga kursus dan pelatihan menjahit yang terdapat di Madiun diantaranya, LKP Luky, LKP Melati, LKP Astuti, LKP Palupi, LKP Rahma, LKP Damassu, LKP Nina, LKP Shinta, LKP Rahayu, dan LKP Puspa Harum. Kondisi barang substitusi bisa menjadi ancaman dikarenakan banyaknya barang import yang masuk dari negara Cina dengan harga jual yang

lebih murah dibandingkan dengan produk dalam negeri, namun masyarakat sudah semakin mendukung adanya produk produk tas dalam negeri sehingga perusahaan mampu bersaing dengan tas *import* dengan harga yang lebih murah. Pada kondisi hambatan masuk dapat dikatakan besar dikarenakan produksi tas membutuhkan keterampilan dan pengalaman dalam mengelola produk untuk dapat mengurangi *human error* pada saat produksi tas, namun ancaman tersebut dapat dikendalikan selama SOP yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat diterapkan dengan baik kepada seluruh karyawan.

Adapun hasil kesesuaian lingkungan bisnis yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 15 dengan menggunakan penyajian skala 1-7. Skala likert merupakan alat untuk mengukur subjek kedalam 5 poin atau 7 poin skala dengan interval yang sama (Jogiyanto, 2014). Studi kelayakan bisnis tas ini menggunakan skala likert 7 poin. Skala likert 7 poin dapat meminimalisir kesalahan pengukuran dan lebih presisi (Munshi, 2014). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Cukup Tidak Setuju, (4) Netral, (5) Cukup Setuju, (6) Setuju, (7) Sangat Setuju.

Tabel 15. Kondisi Lingkungan Bisnis

No.	Subaspek	Kondisi Lingkungan							Alasan Penilaian
		1	2	3	4	5	6	7	
1.	Kondisi persaingan antarperusahaan sejenis						√		Jumlah perusahaan yang memproduksi tas tidak terlalu banyak dibandingkan dengan permintaannya sehingga persaingan antar industri tidak begitu ketat
2.	Kondisi calon pemasok				√				Pemasok bahan baku cukup tersedia di sekitar lokasi perusahaan. Kekuatan tawar menawar pemasok tidak begitu kuat karena penawaran masih lebih besar dibandingkan permintaan
3.	Kondisi calon pembeli						√		Kekuatan daya tawar menawar pembeli tidak begitu kuat karena pilihan sedikit
4.	Kondisi calon kreditur						√		Tersedia berbagai sumber pendanaan.
5.	Kondisi kepegawaian						√		Industri tas membutuhkan pegawai yang memiliki keterampilan dalam menjahit tas sehingga membutuhkan tenaga kerja yang memiliki keahlian menjahit. Namun, karena di wilayah tersebut banyak tersedia tenaga terampil, maka hal ini tidak begitu menjadi masalah
6.	Kondisi barang substitusi				√				Masuknya tas impor dari China yang dijual dengan harga sangat murah dapat menjadi ancaman sebagai produk pengganti tas tipe <i>backpack</i>
7.	Kondisi hambatan masuk					√			Industri tas membutuhkan keterampilan dan pengalaman dalam pengelolaan sehingga hambatan masuk relatif besar.
Jumlah		38							
Nilai Akhir		5,4							

Dari tabel 15 dapat disimpulkan bahwa kondisi lingkungan terhadap persaingan antar sejenis tidak terlalu ketat dikarenakan jumlah perusahaan yang memproduksi tas tidak terlalu banyak, pemasok bahan baku cukup tersedia di lingkungan sekitar perusahaan, kekuatan daya tawar menawar yang melemah dikarenakan pilihan barang yang tidak terlalu sedikit, tersedianya berbagai sumber pendanaan jika dilihat dari kondisi calon kreditur, dibutuhkannya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan tinggi, munculnya ancaman produk pengganti tas tipe *backpack* dikarenakan munculnya barang import, dan hambatan masuk yang besar. Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap aspek ekonomi dan sosial. Adapun hasil analisis aspek ekonomi dan sosial dapat dilihat pada tabel 16..

Tabel 16. Analisis Aspek Ekonomi dan Sosial

No.	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kondisi lingkungan operasional dan industri				√		Cukup
2.	Kondisi lingkungan bisnis				√		Cukup
Jumlah Skor						8	
Rata-rata						4	

Dari hasil tabel 16, dapat disimpulkan bahwa aspek ekonomi dan sosial mendapatkan nilai skor yang baik yaitu skor 4 dengan rata-rata tiap aspek dengan nilai 4. Hal tersebut didasari oleh adanya aktivitas ekonomi utama masyarakat Madiun, yaitu penyaluran barang atau jasa dan perdagangan seperti pertanian, industri kecil, dan kerajinan rumah tangga, sehingga kegiatan ekonomi dapat menjadi keuntungan usaha melalui sumber daya manusia dan *supplier* bahan baku dari industri kecil daerah. Kegiatan penyaluran barang dan jasa dapat menjadi sampai positif untuk bisnis yang dijalankan, karena adanya bahan baku dari dalam daerah dan tenaga terampil sehingga dapat dijadikan sebagai keuntungan bisnis. Kenaikan harga material menjadi dampak negatif dari bisnis yang dijalankan dikarenakan adanya *supply and demand*.

Daerah yang mengandalkan penyaluran barang dan jasa sebagai kegiatan utama masyarakat cenderung mengalami kenaikan harga material dikarenakan kebutuhan semakin bertambah dan pasokan bahan baku semakin berkurang, sehingga hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi bisnis yang dijalankan. Aktivitas calon pemasok merupakan distributor kain dan salah satu kain yang diproduksi pemasok adalah kain nilon, sedangkan produksi kain nilon belum sebanyak mereka memproduksi jenis kain lain, namun hal ini menjadi nilai positif dikarenakan harga yang dipatok belum terlalu tinggi untuk bahan baku kain yang digunakan. Aktivitas calon pembeli merupakan pelajar dan mahasiswa. Aktivitas calon pembeli menjadi dampak positif dikarenakan banyaknya pelajar yang membutuhkan tas dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan kantong pelajar. Terdapat beberapa aktivitas calon pesaing yang memproduksi tas dan menjual tas, namun tas yang dijual di daerah lebih mengutamakan desain dan jenis tas yang modis, sehingga hal tersebut tidak menjadi ancaman besar bagi bisnis yang dijalankan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal, diantaranya:

1. Pada aspek hukum, dokumen yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh perizinan mampu dipenuhi, baik perizinan CV, izin lokasi dan IMB, serta izin usaha, maka ide bisnis ini dinyatakan layak dari segi aspek hukum dengan nilai rata-rata 4.
2. Pada aspek pasar dan pemasaran, berdasarkan kemampuan menghasilkan produk yang lebih baik, ide bisnis tas lokal yang diusulkan dibanding pesaing mendapatkan skor 4. Berdasarkan kemampuan harga yang lebih baik dibanding pesaing juga mendapatkan skor 4. Berdasarkan kemampuan mendistribusikan produk yang lebih efisien dibanding pesaing mendapatkan skor 4. Sedangkan, berdasarkan kemampuan mempromosikan produk yang lebih efektif dibanding pesaing mendapatkan skor 4. Dari keempat aspek yang dinilai, maka ide bisnis ini dinyatakan layak dari segi aspek pasar dan pemasaran dengan nilai rata-rata 4.
3. Pada aspek keuangan, ide bisnis tas lokal yang diusulkan dinyatakan layak dengan nilai *Payback Period* (PP) 1 tahun 7 bulan 21 hari, *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 1.173.776.761, *Profitability Index* (PI) lebih besar dari satu, yaitu 3,362, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 64%, dan *Average Rate of Return* (ARR) sebesar 133%.
4. Pada aspek teknis dan teknologi, kondisi rencana lokasi bisnis dapat dikatakan sangat baik dikarenakan memiliki lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya. Letak geografis serta bahan baku juga dekat dengan lokasi/tempat pabrik, ketersediaan mesin seperti mesin jahit dan mesin pemotong kain otomatis serta peralatan pendukung juga memudahkan operasi bisnis dalam hal efisiensi produksi. Lokasi/tempat produksi pabrik ide bisnis tas ini memiliki tata letak atau *layout* yang cukup strategis dan baik. Maka, dapat disimpulkan bahwa dari segi aspek teknis dan teknologi bisnis tas ini dikatakan layak karena memiliki rata-rata penilaian 4,1.
5. Pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, berdasarkan kemampuan merencanakan penjadwalan proyek mendapat skor 4. Berdasarkan ketersediaan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis mendapat skor 5. Berdasarkan kemampuan merekrut tenaga kerja sesuai dengan deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan mendapat skor 4. Berdasarkan kemampuan menyusun struktur organisasi mendapat skor 4.

Sehingga analisis kelayakan dari segi manajemen dan sumber daya manusia pada bisnis ini dapat dikatakan layak dengan rata-rata skor 4,25.

6. Pada aspek ekonomi dan sosial, ide bisnis tas lokal yang diusulkan dinyatakan layak dengan rata-rata skor 4. Hal tersebut didasari oleh penilaian kondisi lingkungan operasional dan industri mendapat skor 4 dan penilaian kondisi lingkungan bisnis mendapat skor 4.
7. Keputusan yang dapat diambil berdasarkan hasil pembahasan rekomendasi, bisnis industri dan perdagangan tas *backpack* layak untuk dijalankan dilihat dari aspek kelayakan hukum, pasar dan pemasaran, keuangan atau finansial, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, ekonomi dan sosial.

REFERENSI

- Abdurachman, F. A., Chumaidiyah, E., & Ariyani, S. (2021). Perancangan Bisnis dan Kelayakan Pembukaan Usaha Apparel Slava Secara Online di Kota Bandung. *e-Proceeding of Engineering*, 8, No. 5.
- Afiyah, A., Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus Pada Home Industry Coklat "Cozy" Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23, No. 1.
- Andini, D. P. (2013). Studi Kelayakan Usaha Waralaba Warung "Pangestu" di Kabupaten Jember. *Jurnal Imiah Inovasi*, Vol. 13 No. 2.
- Annisa, e. (2014). Analisa Return On Investment (ROI) dan Residual Income (RI) Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada PT Mayora Indah, Tbk yang Listing di BEI Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 13, No. 2.
- Candraningrat, Wibowo, J., & Santoso, R. (2020). Pembuatan Digital Marketing dan Marketing Channel Untuk UKM PJ Collection. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5, No. 1.
- COSO. (2013). International Control Integrated Framework.
- Diskominfo Kabupaten Madiun. (2022, Juni 7). *Tingkatkan Kompetensi Perempuan, PEMKAB Madiun dan PT DMA Gelar Pelatihan*. Retrieved from PEMKAB Madiun: <https://madiunkab.go.id/tingkatkan-kompetensi-perempuan-pemkab-madiun-dan-pt-dma-gelar-pelatihan/>
- Erstiawan, M. S., Candraningrat, & Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran dan Manajemen Keuangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, No. 1.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fianto, A., Asiyah, S., & Rinuastuti, B. H. (2020). The Role of Entrepreneurship Education in a Disruptive Age. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 9(2).
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Harjito, A., & Martono. (2014). *Manajemen Keuangan* (ke-2 ed.). Yogyakarta: Ekonosia.
- Hasibuan, M. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim, Y. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ivacevich, J. M. (2014). *Organizational Behavior and Management* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Jayawardhana, H., & Aulawi, H. (2017). Studi Kelayakan Pendirian Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kabupaten Garut. *Jurnal Kalibrasi*, 15 No. 2.
- JDH, BPK. RI. (2007, Agustus 16). *Perseroan Terbatas*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39965>
- JDH, BPK. RI. (2018, Agustus 1). *Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/133158/permenkumham-no-17-tahun-2018>
- JDH, BPK. RI. (2020, November 2). *Cipta Kerja*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>
- JDH, BPK. RI. (2021, April 1). *Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/166550/permendag-no-26-tahun-2021>
- JDH, BPK. RI. (2022, Desember 30). *Cipta Kerja*. Retrieved from Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/234926/perpu-no-2-tahun-2022>
- Jogiyanto, H. M. (2014). *Pedoman Survei Kuesioner*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir, & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenamedia Group.

- Kencana, D. D., Herlambang, Y., & Nurhidayat, M. (2019). Perancangan Tas Backpack Untuk Kebutuhan Pengguna Sepeda Bike to Work. *e-Proceeding of Art & Design*, Vol. 6, No. 1, 588.
- Khamaludin, Juhara, S., & Sodikin. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten). *Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik*, Vol. 6, No. 1.
- Kotler, P., & Keller (2016). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kristiana, Y., & Lawrence, J. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Water Park di Pulau Bintan. *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 14 (2).
- Kristiawan, W., & Indrawan, F. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Universitas Kristen Maranatha*, 11 (2).
- Lestari, F., Susanto, M. R., Susanto, D., Sugiyamin, & Barriah, I. Q. (2022). Aplikasi Teknik Ecoprint Pada Media Kulit Dalam Pembuatan Tas Fashion Wanita Dalam Konteks Liminalitas. *Jurnal Senirupa Warna*, Vol. 10, No. 1, 103.
- M. Munir, d. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Lingkungan Hidup. *Jurnal LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3, No. 1.
- Makmur, S. R. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Munshi, J. (2014). A Method for Constructing Likert Scales. SSRN 2419366.
- Nasution, D. A., Erlina, & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5, No. 2.
- Pandary, Y. C. (2022). Pengembangan Produk Tas Ransel Multifungsi Detachable 4 in 1.
- Rosady, R. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi dan Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Santoso, R., & Fianto, A. (2022). Creative Industry and Economics Recovery Strategies from Pandemic Disruption. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 7, No. 1.
- Silalahi, R. V., & Zarkasyi, I. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pembuatan Pupuk Organik Cair Berbahan Dasar Limbah Ikan Lemuru. 1, pp. 1-10. Bandung: Seminar Nasional Teknik dan Manajemen Industri dan Call for Paper (SENTEKMI 2021).
- Siswanto. (2015). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Adminitrasi dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Subagyo, A. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. Bandung: LaGood's Publishing.
- Suliyanto. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis: Bagaimana Menakar Layak atau Tidaknya Suatu Bisnis Dijalankan?* Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Swasta, B., & Handoko, H. (2015). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Utomo, A. S. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal (Studi Kasus Pada PT Unilever Indonesia, Tbk.). *Jurnal PETA*, Vol. 4, No. 1.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7, No. 1.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning, serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneur*, 1.
- Wiratama, D. A., Supriyanto, A., & Wibowo, J. (2016). Rancang Bangun Aplikasi Penjadwalan Produksi Pada PT Bina Megah Indowood. *JSKA*, 5, No. 1.