

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA INOVASI PENGEMBANGAN PRODUKGANTUNGAN BAJU PLASTIK MULTIFUNGSI

Salwa Zahrah Salsabillah

Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang

Email: salwa.zahrah18200@student.unsika.ac.id

Abstract

A clothes hanger is an indispensable tool for hanging clothes when drying, hanging clothes in the closet, bathroom and so on. As the name implies, a clothes hanger can only be hung one shirt. Therefore, researchers developed plastic clothes hanger products by changing the design to add to the functional aspects of the product. However, innovating a product is not easy and has high risks, such as the product's ability to compete with competitors and the need for investment costs that must be taken into account. This study aims to test the business feasibility aspects of Multifunctional Plastic Clothes Hangers by conducting a business feasibility study. Beginning with conducting interviews in the form of a questionnaire given to respondents about the level of interest in multifunctional clothes hanger products, followed by data processing to test aspects of business feasibility. After conducting a feasibility study analysis with 7 financial aspects, all the test results are feasible and the multifunctional plastic coat hanger business is feasible to be realized.

Keywords: clothes hanger, multifunctional, development, business, feasibility aspects.

1. PENDAHULUAN

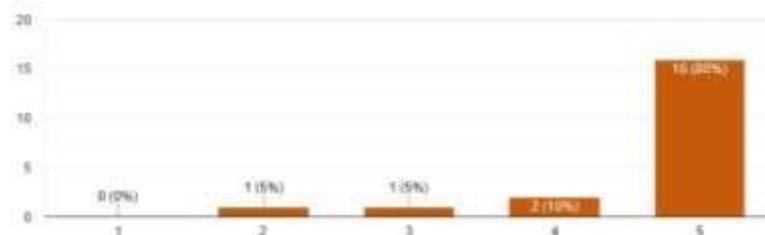
Perkembangan fashion berpakaian di Indonesia semakin mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak sekali tren yang *booming* dan dapat di terima oleh semua kalangan. Hal tersebut berdampak pada keinginan masyarakat untuk memperbarui cara berpakaian mereka. Ketertarikan masyarakat terhadap produk sandang seperti baju, celana, dan aksesoris mendukung berbagai kebutuhan lainnya seperti kebutuhan sekunder. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kebutuhan sekunder yaitu tempat penyimpanan barang seperti gantungan baju, lemari, rak dan yang lain sebagainya agar barang tersimpan rapi tersusun dan tidak memakan banyak tempat di dalam ruangan.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020) gantungan berasal dari kata gantung yang memiliki arti yaitu suatu alat untuk menyangkutkan sesuatu yang digantung seperti baju dan barang lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gantungan baju adalah elemen penting yang ada di tempat-tempat penyimpanan baju seperti lemari, kamar tidur, kamar mandi dan biasanya memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan handuk, baju, celana, jaket, sweater, pakaian dalam dan lain sebagainya. Terdapat berbagai jenis gantungan baju sesuai bahan yang digunakan dalam pembuatannya seperti gantungan baju kayu, logam atau kawat dan plastik dengan bentuknya yang bermacam-macam. Jenis-jenis gantungan tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing.

Pada umumnya gantungan baju di desain untuk menggantung satu barang saja per setiap gantungan. Melihat permasalahan tersebut, maka perlu dilakukannya sebuah inovasi atau pengembangan terhadap gantungan baju sesuai kebutuhan serta keinginan masyarakat tanpa mengubah fungsi utama produk. Pengembangan gantungan baju yang akan dirancang ini di desain agar mudah dalam pengaplikasiannya untuk menggantung banyak baju atau barang lainnya ke dalam satu gantungan. Produk ini adalah Gantungan Baju Multifungsi, dapat menggantung dan memuat banyak baju dalam satu gantungan serta bisa dipindah dan digunakan dimana saja. Gantungan baju multifungsi ini sangat ideal untuk yang memiliki lemari kecil karena dapat digunakan untuk menggantung barang lain seperti tas, ikat pinggang dan sebagainya. Sangat mudah digunakan sehingga kegiatan mencari baju menjadi lebih mudah, lemari pun jadi tidak penuh dan berantakan.

Berikut ini adalah hasil survey kepada responden mengenai tingkat minat dan ketertarikan terhadap produk gantungan baju multifungsi ini, di dapat nilai sebesar 80% dari populasi tertarik dengan produk ini.

Gambar 1. Persentase Hasil Survey Minat Responden



Menanggapi hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk menguji seberapa besar minat konsumen dan tingkat kelayakan terhadap bisnis gantungan baju multifungsi ini. Untuk mengetahui apakah sebuah bisnis layak atau tidak layak untuk dijalankan maka perlu dilakukan studi kelayakan bisnis. Pada umumnya studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam mengenai suatu usaha atau bisnis yang dijalankan dalam rangka untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha tersebut untuk dijalankan sesuai dengan tujuan, hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh (Hadi Sutrisno,1982) bahwa studi kelayakan (*feasibility study*) adalah pengkajian mengenai usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak mengenai target.

Dalam pengkajian studi kelayakan bisnis terdapat 7 aspek di dalamnya yaitu terdiri dari aspek yuridis, aspek teknis dan teknologis, aspek pasar dan pemasaran, aspek financial, aspek organisasional, aspek persaingan atau sosial ekonomi, dan aspek kajian skb (amdal). Pengujian aspek finansial meliputi beberapa metode diantaranya *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Indeks* (PI) dan *Payback Period* (PP), metode tersebut akan membantu menentukan layak atau tidak usaha tersebut direalisasikan.

Tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah menghindari resiko kerugian yang kemungkinan akan terjadi, memudahkan perencanaan seperti bahan baku, mesin dan peralatan, memudahkan operasi pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan, dan memudahkan pengendalian dalam produksi dan finansial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Berikut ini merupakan pengertian studi kelayakan bisnis dari beberapa sumber buku:

- a. Menurut (Husein Umar, 2007), Studi kelayakan bisnis atau usaha merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal dalam waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru.
- b. Menurut (Rangkuti, 2012), studi kelayakan bisnis dan investasi adalah analisis kelayakan tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan. Dimana proyek yang dianalisis berupa proyek bisnis atau proyek investasi dengan tujuan separuh bisnis dan separuh sosial, seperti proyek investasi pembangunan jalan tol, kawasan industri, terminal, serta berbagai proyek investasi lainnya.
- c. Menurut (Ibrahim, 2003), studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek. Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu bisnis. Keberhasilan ditafsirkan sebagai manfaat ekonomis.
- d. Menurut (Jumingan, 2011), Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan berhasil. Istilahnya proyek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan suatu (barang atau jasa) yang baru ke dalam suatu produk mix yang sudah ada selama ini.
- e. Menurut (Sunyoto, 2014), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Terdapat beberapa langkah-langkah dalam melakukan studi kelayakan bisnis, hal ini dijelaskan oleh (Suliyanto, 2010) sebagai berikut:

- a. Penemuan ide bisnis.
Merupakan tahap seseorang menemukan sebuah ide bisnis. Ide bisnis muncul karena peluang bisnis yang dipandang memiliki prospek yang baik terlihat, dapat bersumber dari bacaan, hasil pengamatan informasi dari orang lain, media massa, maupun berdasarkan pengalaman.
- b. Melakukan studi pendahuluan.
Hal ini dilakukan untuk memperoleh gambaran umum peluang bisnis dari ide bisnis yang akan dijalankan, termasuk didalamnya prospek dan kendala yang dapat muncul dari bisnis yang akan dilakukan.
- c. Membuat desain studi kelayakan.
Langkah selanjutnya adalah membuat desain studi kelayakan meliputi penentuan aspek aspek yang akan diteliti, responden, teknik pengumpulan data, penyusunan kuesioner, alat analisis data, penyusunan anggaran untuk studi kelayakan, sampai dengan penentuan desain laporan akhir.
- d. Pengumpulan data.
Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, maupun kuesioner, sedangkan sumber data dapat berupa data primer maupun data sekunder.

- e. Analisis dan interpretasi data.
Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif maupun analisis kuantitatif.
- f. Menarik kesimpulan dan rekomendasi.
Kesimpulan didasarkan pada hasil analisis data untuk memutuskan suatu ide bisnis layak atau tidak layak berdasarkan setiap aspek-aspek yang diteliti.
- g. Penyusunan laporan studi kelayakan bisnis.
Format maupun desain laporan akhir harus disesuaikan dengan pihak-pihak yang akan menggunakan studi kelayakan bisnis.

Aspek-aspek Kelayakan Bisnis

Menurut Suliyanto (2010), terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis, yaitu sebagai berikut:

Aspek hukum.

Aspek yang menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu.

Aspek lingkungan.

Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar (baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis.

Aspek pasar dan pemasaran.

Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, market share yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai market share yang diharapkan.

Aspek teknis dan teknologi.

Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.

Aspek manajemen dan sumber daya manusia.

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

Aspek keuangan.

Aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Disamping itu terdapat beberapa metode untuk membantu menganalisis kriteria suatu investasi.

Break Even Point (BEP)

Merupakan titik dimana nilai pendapatan sama dengan modal yang dikeluarkan, tidak terjadi kerugian atau keuntungan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Break Even Point* (BEP)

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual}} \quad (1)$$

Net Present Value (NPV)

Analisis untuk menentukan tingkat pengembalian investasi. Apabila hasil perhitungan NPV bernilai positif maka artinya investasi akan memberikan hasil yang tinggi dari IRR, sebaliknya apabila NPV bernilai negatif berarti investasi akan memberikan hasil yang lebih rendah dari IRR dan sebaiknya ditolak.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value* (NPV)

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i\%)^t} \quad (2)$$

Internal Rate of Return (IRR)

Metode untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan antara *present value* dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Internal Rate of Return* (IRR)

$$IRR = i_1 - \left[\frac{NPV_1}{(NPV_2 - NPV_1)} \right] \times (i_2 - i_1) \quad (3)$$

Profability Index (PI)

Sering disebut juga dengan *Benefit and Cost Ratio* (B/C ratio) yaitu metode untuk penghitungan kelayakan proyek dengan cara membandingkan antara jumlah *present value* nilai arus kas dengan nilai investasi dari proyek.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Profability Index* (PI)

$$B/C = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{B_t}{(1 + i)^t}}{\sum_{i=1}^n \frac{C_t}{(1 + i)^t}} \quad (4)$$

Payback Period (PP)

Metode yang digunakan untuk menghitung berapa lamanya periode pengembalian dari uang yang telah diinvestasikan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Payback Period* (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi Kas Bersih}}{\text{Aliran Kas Masuk Bersih Tahunan}} \quad (5)$$

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif berupa penganalisisan aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis. Aspek kelayakan yang akan diuji dalam penelitian ini terbagi menjadi 7 aspek. Aspek 1 adalah aspek yuridis yang berisi tentang jenis, bentuk, lokasi dan informasi-informasi perizinan lainnya seputar bisnis tersebut. Aspek 2 yaitu aspek teknis dan teknologis meliputi kebutuhan bahan baku, mesin, sumber daya manusia guna berjalannya proses produksi. Aspek 3 yang dinilai adalah aspek pasar, seperti kondisi pasar tentang perkembangan permintaan dan penawaran produk. Untuk aspek 4 adalah aspek finansial yang berisi tentang analisis kebutuhan modal, biaya dan laba rugi dalam usaha yang akan dijalankan. Lalu di aspek 5 terdiri dari aspek organisasional

berupa jumlah dan ketentuan SDM yang dibutuhkan. Pada aspek 6 hal yang dinilai merupakan aspek persaingan seperti jumlah, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Yang terakhir aspek 7 yang menguji aspek kajian SKB (amdal). Sedangkan metode kuantitatif adalah perhitungan kriteria investasi seperti *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Indeks* (PI) dan *Payback Period* (PP).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dimulai dengan pengumpulan data primer yaitu melakukan wawancara dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 30 orang responden. Responden terdiri dari para pengguna gantungan baju dari kalangan yang beragam, memiliki rentang usia 15 hingga > 35 tahun, dan profesi yang berbeda-beda. Kuisioner tersebut berfungsi untuk mengetahui minat dan mengetahui apa saja aspek-aspek yang diinginkan atau dibutuhkan responden terhadap produk Gantungan Baju Plastik Multifungsi. Data tersebut kemudian diolah untuk menguji kelayakan kriteria investasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil data yang didapatkan dari penelitian studi kelayakan bisnis gantungan baju multifungsi meliputi 7 aspek.

Aspek Yuridis

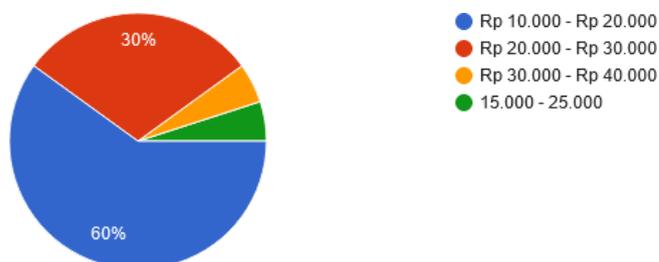
Hal yang dikaji dalam studi kelayakan ini adalah aspek yuridis yang menganalisis bagaimana seorang pelaku bisnis memenuhi ketentuan hukum dan perizinan dari suatu badan usaha. Penelitian meliputi kelengkapan, kesempurnaan dan keaslian dokumen-dokumen pada suatu bisnis agar dapat menjalankan usaha. Jenis badan usaha produk ini yaitu UMKM perseorangan yang memproduksi dan menjual produk Gantungan Baju Plastik Multifungsi. Bisnis gantungan baju multifungsi ini belum memiliki perizinan usaha dan izin lainnya dan akan dibuat apabila operasi perusahaan dijalankan.

Aspek teknis dan teknologis

Dalam aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang mengkaji kebutuhan lahan dan bangunan, bahan baku, mesin dan peralatan, dan sumber tenaga kerja yang diperlukan untuk menjalankan proses produksi dalam suatu usaha. Tempat yang dibutuhkan untuk memproduksi gantungan baju multifungsi berupa lahan dan bangunan yang memiliki lokasi yang strategis, yaitu dekat dengan bahan baku atau fasilitas produksi, memiliki akses transportasi yang mudah, dan sesuai target pasar. Setelah dilakukan perbandingan antara Kota Bekasi dan Karawang, didapat hasil sebesar 29 : 26 yang artinya Kota Bekasi lebih layak untuk lokasi produksi UMKM ini. Proses produksi gantungan baju multifungsi ini diawali dengan memperoleh bahan baku berupa sekarung biji plastik dengan berat sekitar 25 Kg. Kemudian biji plastik dimasukkan ke dalam mesin cetak gantungan (*injection hanger moulding*), perumpamaan proses pencetakan gantungan berlangsung selama 1 menit dan selanjutnya akan dilakukan penyortiran dari gantungan baju yang sudah dicetak. Total gantungan baju yang diproduksi sebanyak 250 Kg atau setara dengan 1.000 buah gantungan baju setiap harinya, maka dalam sebulan terhitung 22 hari kerja dapat menghasilkan sebanyak 5.500Kg atau 22.000 buah dengan harga pokok penjualan Rp10,838 harga jual Rp17.000,00.

Harga tersebut termasuk sesuai yang diinginkan oleh responden. Dari hasil survey yang dilakukan 60% memilih yaitu dari rentang harga Rp 10.000 sampai dengan Rp 20.000, sehingga harga jual Rp 17.000 yang di dapat memenuhi keinginan dan menyesuaikan kebutuhan responden.

Gambar 1. Persentase Hasil Survey Harga Produk



Dibawah ini merupakan daftar kebutuhan bahan baku, lahan bangunan dan peralatan untuk produksi gantungan baju multifungsi.

Tabel 1. Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku untuk 1 Buah Gantungan Baju		Total 1 Bulan Produksi
Biaya Bahan Baku (Biji Plastik)	Rp 5,000	Rp 110,000,000
Biaya Kemasan	Rp 500	Rp 11,000,000
Total		Rp 121,000,000

Tabel 2. Biaya Lahan Bangunan dan Peralatan

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Sewa Bangunan	1	Unit	Rp 18.000.000/12 = @ Rp 2.000.000	Rp 2,000,000
2	Mesin dan Peralatan				
	Mesin Pencetak Gantungan plastik (<i>Custom Injection Moulding</i>)	1	Set	Rp 300,000,000	Rp 300,000,000
	Sarung Tangan Safety	5	Buah	Rp 10,000	Rp 50,000
	<i>Cutter</i>	5	Buah	Rp 15,000	Rp 75,000
	Kardus Packing 58 x 37 x 18	30	Buah	Rp 15,000	Rp 450,000
	Lakban	10	Buah	Rp 15,000	Rp 150,000
Total Modal Tetap					Rp 302,725,000

Aspek pasar dan Pemasaran

Penganalisisan aspek pasar berupa permintaan dan penawaran harga beberapa tahun terakhir. Produk gantungan baju plastik sudah dijual di berbagai tempat tetapi jika gantungan baju plastik multifungsi tidak banyak yang menjualnya. Kisaran harga gantungan baju beberapa tahun terakhir sekitar Rp 5.000 hingga Rp 15.000 sedangkan gantungan baju multifungsi dibandrol dengan harga Rp 17.000 per buah. Estimasi perkembangan kondisi potensi pasar, intensitas persaingan, dan perubahan minat konsumen terhadap produk sehingga perlu dilakukan sebuah inovasi dan strategi pemasaran dimasa yang akan datang untuk mencapai market share yang diharapkan. Peramalan kemungkinan kenaikan jumlah produksi produk gantungan baju diasumsikan naik sebesar 30% setiap tahunnya.

Analisis STP

Segmenting pasar produk ini yaitu wilayah Bekasi untuk memulai bisnis sesuai target pasar dengan sasaran remaja hingga dewasa, ditujukan bagi masyarakat berbagai kalangan dengan berbagai profesi.

Targeting dengan memberikan produk gantungan baju ke pasar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Positioning dengan menanamkan produk gantungan baju yang memiliki tambahan aspek fungsional.

Analisis SWOT

Metode analisis yang digunakan dalam mengevaluasi hal internal dan eksternal suatu produk yang mempengaruhi tujuan bisnis tertentu.

Strengths (Kekuatan) produk ini adalah kemampuan lebih dalam aspek fungsional yaitu multifungsi, proses produksi yang cepat menggunakan *Injection Hanger Moulding*, dan bahan baku yang mudah didapatkan. *Weaknesses* (Kelemahan) pada tingkat kekuatan gantungan yang terbatas tidak dapat menggantung barang yang berat. *Opportunities* (Peluang) yaitu produk ini merupakan alat yang dibutuhkan dalam menggantung pakaian yang merupakan kebutuhan primer berupa sandang. *Threats* (Ancaman) yang mungkin dapat terjadi menumpuknya penghasilan limbah plastic yang berlebih.

Aspek Finansial atau keuangan

Bisnis produksi gantungan baju plastik multifungsi ini membutuhkan modal untuk pembuatan pabrik produksinya, oleh karena itu dilakukan pengujian aspek finansial guna menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Terdapat beberapa metode dalam penentuan kriteria investasi, meliputi:

Break Even Point (BEP)

Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan metode *Break Even Point (BEP)* didapat skala operasi dalam perbulannya minimal 7.118 unit gantungan baju. Sedangkan luas produksi gantungan baju yang dapat dihasilkan sebanyak 22.000 unit gantungan baju setiap bulannya.

Net Present Value (NPV)

Hasil perhitungan NPV yang didapatkan sebesar Rp 385.888.805,23 artinya nilai NPV > 0 dan bernilai positif, maka bisnis ini layak untuk dijalankan.

Internal Rate of Return (IRR)

Setelah dilakukan perhitungan nilai IRR yang di dapat sebesar 46.8%, maka proyek sistem ini layak digunakan karena proyek sistem baru ini memiliki nilai IRR lebih besar dari bunga yaitu sebesar $46.8\% > 7.5\%$ yang artinya layak untuk dijalankan.

Profability Index (PI)

Hasil dari perhitungan kriteria *Porfitability Index*, proyek tersebut layak untuk dijalankan karena nilai yang didapat sebesar 1.56 lebih besar dari syarat yang ditentukan yaitu > 1 .

Payback Period (PP)

Dari hasil pengolahan data didapat lama periode pengembalian investasi adalah 4 tahun 10 bulan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem ini layak untuk diterapkan karena periode pengembaliannya tidak melebihi waktu maksimum yang ditentukan yaitu 5 tahun.

Aspek Organisasional

Aspek organisasional adalah aspek yang menganalisis tentang jumlah dan kualifikasi SDM yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Melakukan manajemen dalam sumber daya manusia dengan cara menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan mengecek kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

Berikut ini merupakan uraian dan rincian kebutuhan tenaga kerja untuk proses produksi Gantungan Baju Multifungsi.

Tabel 3. Daftar Biaya Total Gaji Karyawan

No	Uraian	Jumlah Pekerja	Gaji Karyawan	Gaji Karyawan
1.	Staff Pencetakan	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000
2.	Staff Sorting & Quality Control	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000
3.	Staff Packing	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000
4.	Staff Delivery	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000
Total Gaji Karyawan				Rp 12,000,000

Berdasarkan tabel di atas jumlah karyawan yang dibutuhkan dalam proses produksi gantungan baju multifungsi sebanyak 8 orang dengan gaji perbulannya sebesar Rp 1,500,000. Jadi total biaya untuk penggajian karyawan sebanyak Rp 12,000,000.

Aspek Persaingan atau Sosial Ekonomi

Aspek ini menganalisis tentang jumlah pesaing dan kekuatan & kelemahan pesaing seperti pangsa pasar, harga, keunikan produk jaringan distribusi, promosi teknologi produksi, dan lain-lain. Pesaing dalam produk gantungan baju ini sangat banyak tetapi untuk kategori gantungan baju multifungsi tidak banyak sehingga peluang pasar cukup menjanjikan.

Aspek Kajian SKB (AMDAL)

Yang terakhir aspek lingkungan berguna untuk menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Pemilihan lokasi pabrik yang jauh

dari pemukiman sehingga tidak mengganggu. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil kesimpulan studi kasus dalam semua aspek dapat dikatakan layak untuk direalisasikan. Kapasitas produksi Gantungan Baju Multifungsi yaitu 5.500 kg/bulan atau sebanyak 22.000 unit dengan harga pokok penjualan Rp10,838 harga jual Rp17.000,00. Hasil analisis kelayakan keuangan yang didapat sebagai berikut:

Tabel 4. Kesimpulan Hasil Studi Kelayakan

Metode	Hasil	Syarat	Keputusan
<i>Break Even Point</i> (BEP)	22.000	7.118	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp 385,888,805	> 0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	49%	> 9,75%	Layak
<i>Profability Index</i> (PI)	1.56	1	Layak
<i>Payback Period</i> (PP)	4 tahun 10 bulan	< 5 tahun	Layak

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengujian studi kelayakan dalam aspek keuangan semua keputusan layak yang berarti bisnis gantungan baju multifungsi ini layak untuk direalisasikan.

Saran

Perlu dilakukan penganalisisan lebih lanjut dalam aspek yuridis dan aspek amdal, karena perizinan dalam sebuah bisnis sangat penting sehingga harus diurus dengan baik. Untuk tetap mempertahankan kualitas dan harga terjangkau dalam setiap gantungan baju multifungsi agar menjaga hubungan baik dengan konsumen agar penjualan terus meningkat dan mampu di percaya oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Husein, U. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ibrahim, Y. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jumingan. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sutrisno, H. (1982). *Metodologi Research*. Yogyakarta: YP. Fakultas Psikologi UGM.