

ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN TOKO PAKAIAN HI.NC YANG DITINJAU PADA ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS DAN ASPEK FINANSIAL

THE FEASIBILITY ANALYSIS OF DEVELOPMENT CLOTHING STORE HI.NC IN BANDING REVIEWED FROM MARKET ASPECTS, TECHNICAL ASPECTS AND FINANCIAL ASPECTS

Diva Nacita Putri¹, Rosad Ma'ali El Hadi.Ir., M.,Pd., M.T.,IPU.²,Maria Dellarosawati S.T., M.B.A.³

^{1,2,3} Prodi S1 Teknik Telekomunikasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
divanacita2708@gmail.com¹, rosadmeh2014@gmail.com², rosaddellarosawati@gmail.com³

Abstrak

Hi.nc merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang industri tekstil dan pakaian jadi yang menjual beberapa produk pakaian seperti kaos, kemeja dan kerudung. Hi.nc saat ini baru memasarkan produknya secara online melalui media social dengan produk yang kurang beragam, karena hal itu pemilik ingin melakukan pengembangan dengan membangun sebuah konveksi dan toko dalam satu bangunan di kota Tangerang dengan harapan dapat memberikan produk yang variatif dan mendapat kepercayaan konsumen yang masih ragu terhadap brand baru.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebar kuisioner kepada 205 responden yang berumur 15-24 tahun untuk mengetahui berapa banyak pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Sedangkan untuk aspek teknis dan finansial didapatkan dari berbagai sumber dan kebutuhan. Hasil penyebaran kuisioner menunjukkan bahwa pasar potensial sebesar 76% pasar tersedia 72% dan untuk pasar sasaran perusahaan mengambil 1% dari pasar tersedia.

Hasil perhitungan finansial menunjukkan bahwa nilai NPV untuk periode 2018-2022 adalah Rp.933.924.370 presentase IRR sebesar 62,79% dan PBP 2,121 tahun. IRR yang diperoleh lebih besar dari MARR yaitu 12% dan NPV bernilai positif. Dari hasil tersebut, maka pengembangan toko pakaian Hi.nc di kota Tangerang dapat dikatakan layak.

Kata Kunci : Pengembangan, Toko Hi.nc, NPV, IRR, PBP

Abstract

Hi.nc is a business in the field of industry textile and clothing who sell some products clothing like t-shirt, a shirt and veil. This time, Hi.nc only sell their products online through social media with less variative, because of that, the owner want to do a development by build a self convection and outlet store in one building in Tangerang city, in the hope of can get customer's trust and confidence that still doubt on a brand new.

In this research, to gain information, researcher distributed questionnaire to 205 respondents in the range age of 15-24 years old to determine the amount of potential market, available market, and target market. Then information for technical and financial aspect can get from various source and needs. The result from questionnaire show that amount of potential market is 76% the available market is 72% and for the target market, company targetting 1% of available market.

Financial calculation result showed that NPV within the period of 2018-2022 is Rp.933.924.370 with IRR percentage of 62,79%, PBP is 2,121 years the acquired IRR was bigger than MARR which was 12% and the NPV was positive. Due this result, it can be concluded that the development of clothing brand Hi.nc in Tangerang was feasible,

Keywords : development, store Hi.nc, NPV, IRR PBP.

1 Pendahuluan

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer bagi manusia, tanpa pakaian, kebutuhan primer seseorang menjadi tidak lengkap. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap individu seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Pakaian itu sendiri merupakan salah satu contoh kebutuhan sandang yang digunakan untuk menutupi serta melindungi anggota tubuh. Selain untuk menutupi dan melindungi tubuh, pakaian juga digunakan untuk menunjang gaya penampilan seseorang. Karena seiring dengan perkembangan zaman, pakaian sudah menjadi simbol dari gaya hidup saat ini yang membuat permintaan akan kebutuhan pakaian menjadi cukup besar. Permintaan kebutuhan pakaian ini

memberikan peluang yang cukup besar pada setiap perusahaan untuk mengembangkan usahanya, Karena hal ini perusahaan harus memberikan inovasi produk yang menarik untuk dapat memenuhi setiap kebutuhan masyarakat. Karena perkembangan zaman ini menuntut perusahaan untuk menyesuaikan hasil produk dengan kebutuhan konsumen. Untuk itu, upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan pengembangan produk, dalam menerapkan cara tersebut perusahaan harus menawarkan produk yang mampu bersaing sehingga peluang untuk meningkatkan penjualan semakin besar.

Hi.nc merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri tekstil dan pakaian yang ingin mengembangkan usahanya. Hi.nc sendiri saat ini sudah memproduksi serta menjual beberapa produk pakaian seperti kaos, kemeja dan kerudung. Hi.nc baru melakukan pemasaran serta penjualan secara online dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasarannya. Akan tetapi, karena Hi.nc merupakan perusahaan yang baru merintis, Target penjualan Hi.nc masih jauh dari target yang ditentukan. Dengan permintaan yang beragam, Hi.nc selaku perusahaan tidak bias memenuhi setiap permintaan tersebut Karena keterbatasan produk yang membuat Hi.nc harus membangun tempat produksi sendiri untuk memudahkan jalannya proses produksi. Selain pada proses produksi, Hi.nc juga ingin mengembangkan dari segi tempat penjualan, Karena melihat peluang pasar pada usaha ini cukup besar, Hi.nc memiliki rencana pengembangan dengan membuat toko offline atau outlet Hi.nc untuk para konsumen yang ingin melakukan transaksi pembelian secara langsung. Namun membangun tempat produksi dan penjualan tentu tidaklah mudah, terdapat beberapa pertimbangan untuk mengetahui apakah jika dilakukan pengembangan dalam perusahaan, usaha tersebut masih dapat dikatakan layak atau tidak untuk dijalankan.

2. Dasar Teori

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam mengenai suatu usaha atau bisnis yang dijalankan dengan meneliti menggunakan metode-metode tertentu berdasarkan pada data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis dari hasil penelitian yang didapat. Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dapat memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan pemilik usaha masing-masing (Kasmir, 2015).

2.2 Aspek-aspek analisis kelayakan

2.2.1 Aspek Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar

2.2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan sebuah aspek yang berkaitan dengan teknik atau operasi, aspek ini mengkaji masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak(layout) dan penyusunan peralatan pabrik termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan aspek kajian teknis ini sangat bergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha yang dijalankan memiliki prioritas tersendiri. Aspek teknis ini juga berguna untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usaha dengan menilai luas produksi, layout, dan mesin-mesin yang digunakan (Kasmir,2015).

2.2.3 Aspek Finansial

Aspek finansial atau aspek keuangan (Kasmir, 2015) merupakan suatu aspek yang digunakan untuk menilai keuangan pemilik usaha secara keseluruhan. Mulai dari sumber dana, investasi dan pendapatan,

2.3 Metode Penelitian Investasi

2.3.1 Metode Net Present Value

Net Present Value(NPV) merupakan perbandingan antara PV kas bersih dan PV investasi selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV itulah yang disebut dengan NPV. Untuk menghitung PV, pemilik usaha harus tau PV kas bersihnya. PV kas bersih dapat dicari dengan menghitung cash flow perusahaan selama umur investasi tertentu.

2.3.2 Metode Payback Period

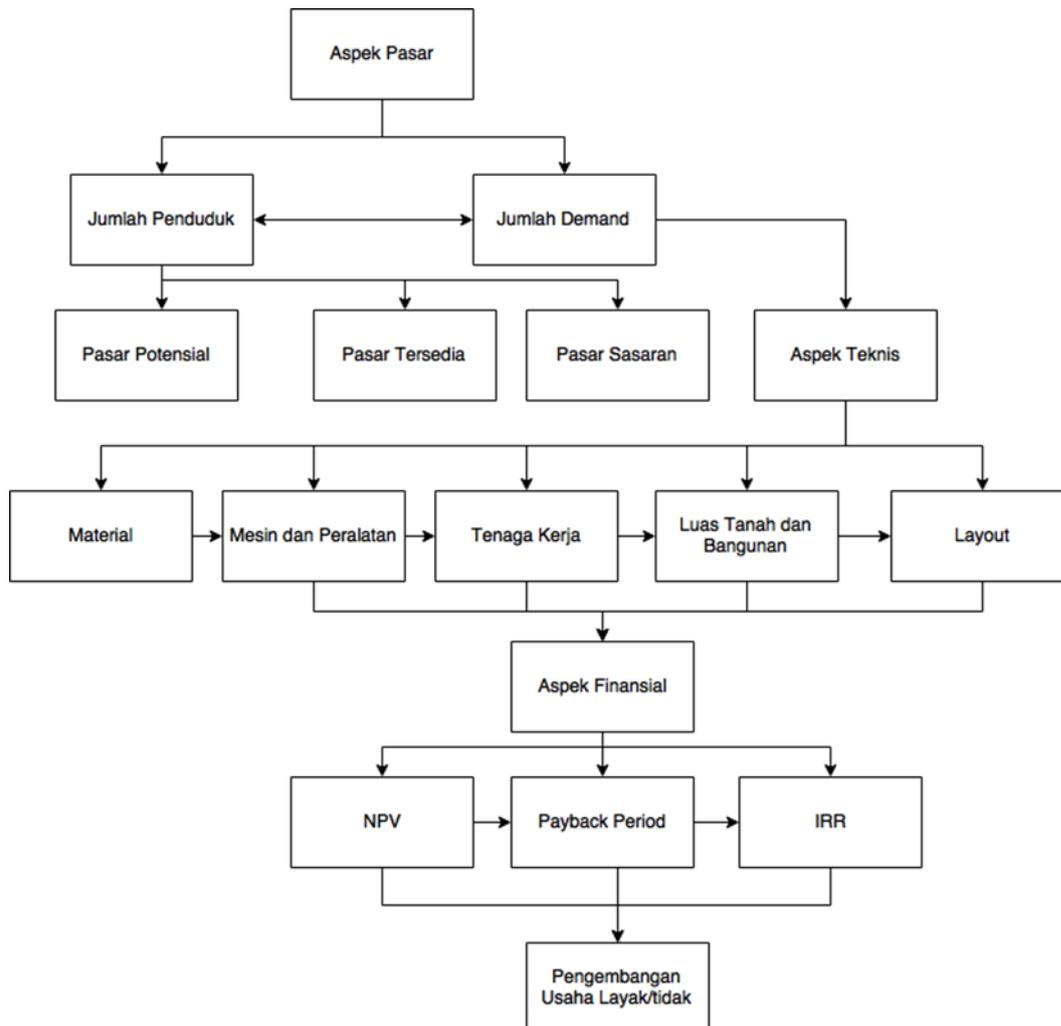
Payback Period(PP) merupakan penilaian terhadap jangka waktu(periode) pada pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun.

2.3.3 Internal Rate Of Return

Internal Rate of Return(IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat bunga dengan menyamakan jumlah nilai sekarang dari penerimaan yang diterima dengan jumlah sekarang dari pengeluaran untuk investasi.

3. Pembahasan

3.1 Metodologi



Gambar 2. Model Konseptual

Berdasarkan pada Gambar 2. Dapat dilihat bahwa gambar tersebut merupakan keterkaitan teori pada penelitian ini dan menunjukkan bahwa setiap aspek memiliki keterkaitan masing-masing, mulai dari aspek pasar yang membutuhkan jumlah penduduk untuk menentukan demand, setelah menentukan demand lalu mencari pasar sasarnya untuk mengetahui kebutuhan pada aspek teknis seperti jumlah pekerja, mesin, material, hingga layout yang nanti akan digunakan. Setelah merincikan kebutuhan di aspek teknis, nantinya yang diperlukana pada aspek ini akan berpengaruh pada perhitungan pada aspek finansial yang akan menentukan kelayakan pada usaha tersebut atau tidak. Penentuan kelayakan ini menggunakan tiga metode, yaitu NPV, PBP dan IRR.

3.2 Perhitungan

Pada penelitian ini, dari hasil penyebaran 205 responden, didapatkan hasil pasar potensial sebesar 76%, pasar tersedia 72% dan pasar sasaran sebesar 1% dari pasar tersedia, hal ini diputuskan berdasarkan dengan kemampuan perusahaan. Setelah mengetahui pasar sasaran yang dituju, selanjutnya pada aspek teknis dilakukan pengumpulan dan perhitungan data untuk mengetahui kebutuhan mesin, peralatan, pekerja, luas bangunan hingga layout kerja.

Setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data dari aspek pasar dan teknis, selanjutnya adalah dengan menganalisa dari segi aspek finansial. Aspek finansial merupakan aspek yang paling penting dari analisis kelayakan perusahaan. Karena dari Analisa aspek ini, perusahaan dapat mengetahui posisi keuangan dalam kurung waktu 5 tahun kedepan, sehingga jika terjadi kesalahan dan ketidaksesuaian dapat langsung dilakukan perbaikan. Dari peramalan deman ini pun, perusahaan dapat mengetahui harga produk jual kedepannya dan dapat dilihat pendapatannya.

Tabel 1. NPV

Tahun	NPV	NPV Cumulative
0	Rp(742,041,716)	Rp(742,041,716)
1	Rp357,269,283	Rp(384,772,433)
2	Rp344,408,138	Rp(40,364,295)
3	Rp334,435,476	Rp294,071,182
4	Rp324,669,607	Rp618,740,789
5	Rp315,183,581	Rp933,924,370

NPV merupakan salah satu metode yang digunakan dalam pengukuran kelayakan. Suatu investasi dapat dikatakan layak jika NPV bernilai positif. Nilai NPV didapatkan dari selisih antara cash in dan cash out dengan menghitung waktu saat ini dengan tingkat pengembalian minimum (MARR). Dari hasil perhitungan didapatkan perhitungan untuk 5 tahun kedepan adalah Rp.933,924,370, namun seperti yang dilihat pada table 1 bahwa Hi.nc sudah mendapatkan modal pada tahun ketiga sebesar Rp.294,071,182 oleh karena itu pengembangan Toko terhadap Hi.nc layak untuk dilakukan.

Payback Period digunakan untuk mengetahui berapa tahun pengembalian biaya investasi yang telah dikeluarkan. Berdasarkan pada perhitungan aspek finansial dapat diketahui bahwa pengembalian biaya investasi dapat diselesaikan selama 2,121 tahun terhitung sejak pengembangan toko dimulai.

IRR yang dihasilkan pada perhitungan ini menggunakan discount rate atau persenan sebesar 12% mengikuti suku bunga bank 2017, dari perhitungan diatas, didapatkan keuntungan profit sebesar 62,79%, yang artinya pengembangan toko hi.nc dikatakan layak, karena nilai IRR lebih besar dari MARR 62,79% > 12%.

3.3 Analisis Sensitifitas

Analisis Sensitifitas merupakan analisis yang perlukan untuk mengetahui pengaruh dari kenaikan ataupun penurunan dari bahan baku atau pendapatan yang dapat mempengaruhi keuntungan. Karena penurunan biaya bahan baku atau pendapatan dapat mempengaruhi tingkat kelayakan suatu usaha.

Tabel 2 Kenaikkan Bahan Baku

Kenaikkan Biaya Bahan Baku	NPV
40%	Rp31,415,706
45%	Rp(47,671,867)
Sensitifitas Kenaikkan Bahan Baku	41.99%

Tabel 2 menunjukkan kenaikan biaya bahan baku jika dilakukan kenaikan sebesar 40% dan 45%, dari perhitungan tersebut didapatkan bahwa jika biaya bahan baku dinaikkan sebesar 40% NPV perusahaan masih bernilai positif atau untung, sedangkan jika biaya bahan baku dinaikkan sebesar 45%, NPV perusahaan yang dihasilkan bernilai negatif. Berdasarkan hasil analisis sensitivitas kenaikan bahan baku diatas, dihasilkan bahwa kenaikan bahan baku tidak boleh melebihi 41.99% jika perusahaan ingin mendapatkan untung.

Tabel 1 Penurunan Biaya

Penurunan Harga	NPV
18%	Rp22,126,227
19%	Rp(10,361,894)
Sensitifitas Penurunan Harga	18,68%

Sedangkan Tabel 3 menunjukkan sensitifitas jika dilakukan penurunan terhadap harga jual, dapat dilihat pada tabel diatas, jika perusahaan menurunkan harga jual produk sebesar 18% penjualan Hi.nc masih dapat dikatakan untung sebesar Rp22,126,227, namun sebaliknya jika harga jual produk diturunkan 19%, perusahaan akan mengalami kerugian sebesar Rp(10,361,894) Dengan sensitifitas sebesar 18,68% yang artinya Hi.nc akan tetap untung jika melakukan penurunan harga maksimal 18,68%.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan toko pakaian Hi.nc, apabila Hi.nc melakukan pengembangan Toko dapat disimpulkan bahwa:

1. Aspek Pasar

Dari 378.504 penduduk tersebar di kota Tangerang, 288.032 dinyatakan berminat pada produk Hi.nc sebagai pasar potensial, 206.793 dinyatakan berminat dan bersedia untuk membeli dan 2,068 remaja dijadikan pasar sasaran oleh Hi.nc sebagai target utama saat melakukan pengembangan toko.

2. Aspek Teknis

Pengembangan toko berdasarkan aspek teknis dilihat berdasarkan keperluan yang dibutuhkan Hi.nc berdasarkan mesin, peralatan dan juga bangunan. Dari seluruh biaya tersebut didapatkan biaya pengembangan untuk investasi sebesar Rp.933,924,370 di awal tahun sebelum operasional berlangsung.

3. Aspek Finansial

Hasil dari finansial didapatkan dari rincian harga kebutuhan, pendapatan dan operasional yang dimasukkan kedalam laporan laba rugi, arus kas dan neraca. Setelah dihitung didapatkan bahwa nilai NPV, IRR dan Payback Period yang digunakan dengan perhitungan untuk 5 tahun kedepan dinyatakan layak. Kelayakan ini dapat dilihat dari positifnya nilai NPV atau sebesar Rp.933,924,370 IRR yang lebih besar dari nilai MARR atau $62,79\% > 12\%$ dan Payback period selama 2,121 tahun.

4. Analisis Sensitifitas

Analisis sensitifitas dapat dilihat berdasarkan dengan kenaikan dan penurunan biaya bahan baku dan harga jual. Setelah dilakukan percobaan, disimpulkan bahwa Hi.nc tidak bisa menaikkan biaya bahan baku hingga 45% karena akan berakibat rugi. Batas sensitifitas untuk kenaikan biaya bahan baku jika Hi.nc tidak ingin rugi adalah 41.99%. Begitu juga untuk penurunan harga jual, Hi.nc tidak bisa menurunkan harga jual hingga 19% karena akan berakibat kerugian yang cukup besar, jika Hi.nc ingin menurunkan harga jual maksimal penurunan yang dapat dilakukan Hi.nc adalah sebesar 18,68%.

5. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian kelayakan ini, dapat disarankan:

1. Pemilik Usaha

Sesuai dengan analisis kelayakan yang telah dilakukan dalam rangka untuk pengembangan Toko Hi.nc, disarankan:

- a. Pemilik Hi.nc harus menyiapkan tenaga kerja cadangan, untuk mengantisipasi pekerja yang sakit. Pemilik Hi.nc perlu menambahkan pekerja untuk membantu dan mempercepat proses produksi.
- b. Jika pemilik ingin mempercepat perputaran biaya, dan mendapat untung yang lebih besar, pemilik harus menaikkan keuntungan lebih tinggi dari sebelumnya.

2. Peneliti

- a. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data penelitian kali ini dengan pasar yang berbeda dan jumlah sampel yang lebih banyak.