

ANALISIS KELAYANAKAN USAHA SERTA PERANCANGAN WEBSITE PADA PENDIRIAN TOKO ONLINE SEPATU BOOTS KAWA

BUSINESS FEASIBILITY ANALYSIS AND WEBSITE BASED DESIGN ON KAWA SHOES BOOTS ONLINE STORES

Faishal Akbar¹, Dr. Ir. Endang Chumaidiyah, M.T.², Wawan Tripiawan, S.T., M.T.³

¹ Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

² Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

³ Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹faishalankh@student.telkomuniversity.ac.id, ²endangcn@gmail.com, ³wawan.tripiawan@gmail.com

Abstrak

Kawa merupakan salah satu brand bisnis baru yang bergerak dibidang sepatu. Untuk dapat bersaing dalam segi pemasaran, sepatu Kawa juga akan dipasarkan secara online melalui sosial media instagram dan juga website. Karena fenomena belanja online tidak hanya berkembang pesat di dunia, namun juga di kalangan bisnis lokal Indonesia. Melihat peluang tersebut, Kawa tercetus sebagai ide bisnis fashion berplatform online. Kawa memiliki produk yaitu sepatu boots yang dibuat oleh pengrajin lokal dan menggunakan bahan - bahan yang berkualitas serta dengan model-model mengikuti trend terbaru. Dikarenakan bisnis ini baru akan didirikan maka dari itu dilakukan studi kelayakan bisnis untuk mengetahui apakah bisnis ini layak atau tidak untuk dijalankan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek analisis kelayakan, aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Untuk mengetahui analisis aspek pasar data didapatkan dari penyebaran kuesioner yang kemudian akan digunakan untuk menentukan pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Selanjutnya melakukan analisis aspek teknis dan aspek finansial untuk mengetahui pengeluaran dan pemasukan pada usaha sepatu Kawa untuk 5 tahun mendatang. jadi jika ke empat aspek tersebut menunjukkan hasil yang baik, maka dapat dinyatakan brand sepatu Kawa layak dijalankan. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pasar potensial dari sepatu Kawa sebesar 57% dengan pasar tersedia 45% dan pasar sasaran sebesar 2%. Secara aspek finansial pembukaan toko Kawa ini memiliki IRR sebesar 22,80% dengan PBP 1 tahun 9 bulan sehingga disimpulkan jika pembukaan toko sepatu Kawa dinilai layak. Hal yang perlu diperhatikan pada pembukaan toko sepatu Kawa ini yaitu penurunan harga jual karena dengan mengalami penurunan 3% saja pembukaan toko sepatu Kawa menjadi tidak layak untuk dilakukan.

Kata kunci : Kelayakan bisnis, perancangan *website*, produk sepatu kulit,IRR,NPV,PBP

Abstract

Kawa is one of the new business brands engaged in shoes. To be able to compete regarding marketing, Kawa shoes will also be marketed online through Instagram social media and websites. Because the phenomenon of online shopping is not only developing in the world, but also among Indonesian local businesses. Seeing these opportunities, Kawa was blamed as an online business fashion platform idea. Kawa has boots that are made by local craftsmen, and use quality materials with models that follow the latest trends. Because a new business will be established, a business feasibility studio will be conducted to find out whether this is feasible or not. This study discusses business regarding aspects of analysis, market aspects, technical aspects and financial aspects. To find out the analysis of market aspects, data obtained from the distribution of questionnaires which will then be used to determine potential markets, available markets and target markets. Furthermore, analyzing the technical aspects and financial aspects to study and enter the Kawa shoe business for the next 5 years. To match the four aspects shown good results, it can be announced a shoe brand that is feasible to run. Based on the analysis results obtained by the potential market of Kawa shoes by 57% with 45% available market and a target market of 2%. The opening of the Kawa financial store has an IRR of 22,80% with PBP 1 year 9 months, so that, it can be canceled if the opening of the Kawa shoe store receives decent. The thing to consider at the opening of the Kawa shoe store is the decline in selling prices because the even with a 3% decrease in the opening of the Kawa shoe store it is not feasible.

Keywords: *business feasibility, website design, shoe products,IRR,NPV,PBP*

1. Pendahuluan

Pertumbuhan alas kaki di Indonesia sampai saat ini tersentral pada Pulau Jawa, karena Pulau Jawa memiliki letak geografis dan infrastruktur yang lebih baik jika di bandingkan pulau lainnya. Adapun persebaran Industri Kecil dan Mikro (IKM) alas kaki yang terdapat di Pulau Jawa dapat, yaitu sebagai berikut :

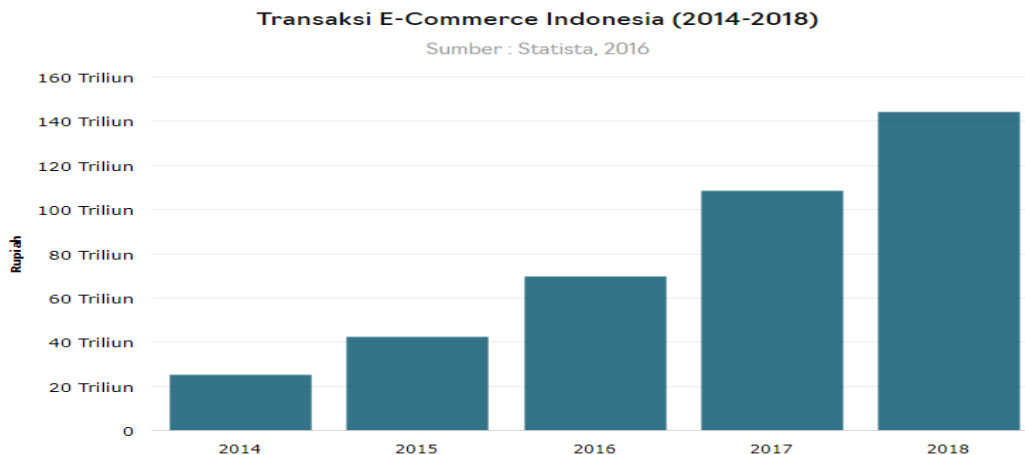
Tabel 0. Sebaran Industri Alas Kaki di Pulau Jawa Tahun 2015

Provinsi	Sebaran Usaha (dalam %)	Sebaran Tenaga Kerja (dalam %)
Jawa Barat	49,62	58,86
Jawa Timur	32,3	20,29
DKI Jakarta	4,75	7,98
Jawa Tengah	3,74	3,67
Banten	1,3	1,69
Yogyakarta	0,21	0,15

Sumber : Peta Potensi dan Profil IKM Alas Kaki Nasional (BPIPI 2015).

Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi yang paling tinggi memiliki sebaran IKM alas kaki di Pulau Jawa. Hal ini tentu merupakan sebuah potensi yang potensial dalam pengembangan IKM alas kaki karena pembentukan pasar secara tidak langsung akan terfokus sehingga dan menarik *stakholder* baik dalam negeri maupun luar negeri yang membutuhkan alas kaki. Sebagai Provinsi yang memiliki persebaran IKM alas kaki paling tinggi, Jawa Barat diketahui memiliki beberapa sentra pengembangan IKM alas kaki di beberapa tempat, khususnya yang terbesar adalah sentra Industri Kecil Menengah (IKM) alas kaki/sepatu Cibaduyut di Kota Bandung, yang bertanggung jawab kepada Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Kota Bandung. Unit pengembangan ini memiliki tugas pokok melaksanakan sebagian tugas pokok dinas Perindag dibidang pengembangan dan pembinaan IKM di Kota Bandung.

Hasil penelitian Brand Marketing Institute (BMI) pada tahun 2016 mengenai tren belanja online di dunia menunjukkan 26% pengguna internet di indonesia atau 1.231 orang menunjukan tendensi untuk melakukan belanja online. BMI memprediksi pasar belanja online akan tumbuh hingga 57% di tahun 2019. Nilai total belanja online per orang selama satu tahun mencapai Rp 825 ribu, atau jika diakumulasikan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai Rp 21 triliun (www.Swa.co.id diakses 1 September 2019). Perkembangan belanja *online* pada masyarakat dapat dilihat dari gambar I.1 :



Gambar 1 Transaksi E-Commerce di Indonesia Tahun 2014-2018
Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> di akses 24 September 2019

Transaksi perdagangan digital di Indonesia yang tumbuh pesat selama lima tahun terakhir mengindikasikan tingginya aktivitas belanja online dari masyarakat menunjukan bahwa pembuatan website sebagai tempat berjualan sepatu berbahan kulit pada saat ini akan lebih menguntungkan karena akan memangkas biaya operasional serta mempercepat penyebaran informasi pada saat pelaksanaan kegiatan promosi produk. Pembukaan usaha sepatu lokal yang berbahan kulit dengan merek dagang Kawa jika dilihat dari penggunaan kualitas bahan dapat di pastikan dapat bersaing dengan merek lainnya, karena pengguna bahan dari Kawa menggunakan kulit Pull up sehingga semakin lama warna sepatu akan memberikan warna dan corak yang indah dan tidak akan berubah menjadi kusam atau terlihat kotor.

2. Dasar Teori / Metodologi

2.1 Studi Kelayakan

Kasmir (2012) memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud studi kelayakan bisnis yaitu :”Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Kelayakan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Kegiatan investasi diartikan sebagai penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha”

2.2 Aspek Pasar

Kasmir dan Jakfar (2017) menyebutkan analisis aspek pasar sangat penting sebelum memulai bisnis karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk yang dihasilkan, aspek pasar berkaitan dengan kondisi pasar atau konsumen yang menjadi sasaran penjualan produk untuk menentukan apakah terdapat permintaan atau kemungkinan penjualan terhadap produk yang dihasilkan. Selanjutnya Kasmir dan Jakfar (2017) menjelaskan bahwa dalam aspek pasar dibagi menjadi tiga aspek utama, yaitu:

1. Pasar tersedia, pasar tersedia merupakan konsumen yang memiliki keinginan, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu. Dalam pasar yang tersedia, konsumen juga memiliki kemampuan daya beli suatu barang atau produk
2. Pasar potensial, pasar potensial merupakan sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat keinginan tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.
3. Pasar sasaran, pasar sasaran merupakan kelompok spesifik dari konsumen yang akan dijadikan sasaran dalam rencana pemasaran suatu produk.

2.3 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan dengan *input* (penyediaan) dan *output* (produksi) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknik dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun (Husnan dan Muhammad,2005).

2.4 Aspek Finansial

Aspek finansial dianalisis untuk mengetahui jumlah biaya yang akan dikeluarkan dan pendapatan yang akan diterima serta menentukan proporsi pemenuhan sumber dana, yaitu melalui pinjaman, modal sendiri, atau investor. Terdapat tiga kegiatan utama dalam penilaian aspek finansial, yaitu membuat rekap penerimaan, membuat rekap biaya, dan menguji aliran kas masuk yang dihasilkan berdasarkan kriteria kelayakan yang ada (Iban Sofyan, 2013). Metode penilaian yang digunakan pada aspek finansial yaitu sebagai berikut:

1. Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan. Ada dua macam model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut :

- a. Apabila kas bersih setiap tahun sama :

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{KasBersih/Tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- b. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda :

$$PP = \frac{\text{SisaInvestasi}}{\text{KasBersihselanjutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut :

Jika *payback period* > umur ekonomis, Investasi ditolak

Jika *payback period* < umur ekonomis, Investasi diterima

Jadi, kriteria penilaian pada metode *payback period* ini adalah jika *payback period* lebih kecil dari waktu maksimum yang disyaratkan maka investasi diterima, dan sebaliknya bila *payback period* lebih besar atau lebih lama dari waktu yang disyaratkan maka investasi ditolak.

2. Metode *internal rate of return*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. Rumus yang digunakan seperti berikut :

$$IRR = i1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} \times (i2 - i1)$$

i1 = Tingkat bunga ke-1 NPV1 = NPV positif

i2 = Tingkat bunga ke-2 NPV2 = NPV negatif

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut :

Jika $IRR >$ dari bunga pinjaman, maka investasi diterima

Jika $IRR <$ dari bunga pinjaman, maka investasi ditolak

Jadi, kriteria penilaian pada metode *internal rate of return* ini adalah jika IRR lebih kecil dari bunga pinjaman maka investasi ditolak, dan sebaliknya bila IRR lebih dari bunga pinjaman maka investasi diterima.

3. Metode *net present value* (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan ukuran yang digunakan untuk mendapatkan hasil neto (*net benefit*) secara maksimal yang dapat dicapai dengan investasi modal atau pengorbanan sumber-sumber lain. Selisih antara nilai kedua PV itulah yang dikenal dengan *net present value* (NPV).

Rumus dari NPV adalah sebagai berikut :

$NPV = \sum PV. \text{ Kas Bersih} - PV \text{ Investasi}$

Kesimpulan :

Jika NPV (+), investasi diterima

Jika NPV (-), investasi ditolak

Jadi, kriteria penilaian pada metode *net present value* ini adalah jika NPV bernilai positif maka investasi diterima, dan sebaliknya bila NPV bernilai negatif maka investasi ditolak.

2. 5 Perancangan Website

Usaha yang bergerak dibidang e-marketing memerlukan Situs untuk menunjang kegiatannya. Situs adalah virtual store front bagi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan dihadapkan pada berbagai kendala dalam mendirikan dan mengoperasikan situsnya. Hal yang penting bagi penyusunan situs adalah bagaimana merancang situs yang menarik, menempatkan iklan dan promosi secara online dan menyusun model pendapatan dan laba (Kotler, 2005). Sebuah Situs Website membutuhkan hosting dan domain, agar dapat diakses dengan mudah. Semakin mudah aksesnya, semakin banyak pengunjungnya. Untuk itu dibutuhkan penjualan hosting dan domain yang dapat memfasilitasi para pengguna internet. Tidak hanya saat penjualannya, tetapi juga pelayanan purna jual.

2. 5. 1 Data Flow Diagram

Menurut Sukamto dan Shalahuddin (2013:75) *Data Flow Diagram* (DFD) atau dalam bahasa Indonesia menjadi Diagram Alir Data (DAD) adalah representasi grafik yang menggambarkan aliran informasi dan transformasi informasi yang diaplikasikan sebagai data yang mengalir dari masukan (*input*) dan keluaran (*output*).

2. 5. 2 Entity Relationship Diagram

Menurut Brady dan Loonam (2010), Entity Relationship diagram (ERD) merupakan teknik yang digunakan untuk memodelkan kebutuhan data dari suatu organisasi, biasanya oleh System Analys dalam tahap analisis persyaratan proyek pengembangan system. Sementara seolah-olah teknik diagram atau alat peraga memberikan dasar untuk desain database relasional yang mendasari sistem informasi yang dikembangkan.

2. 5. 3 Sequence Diagram

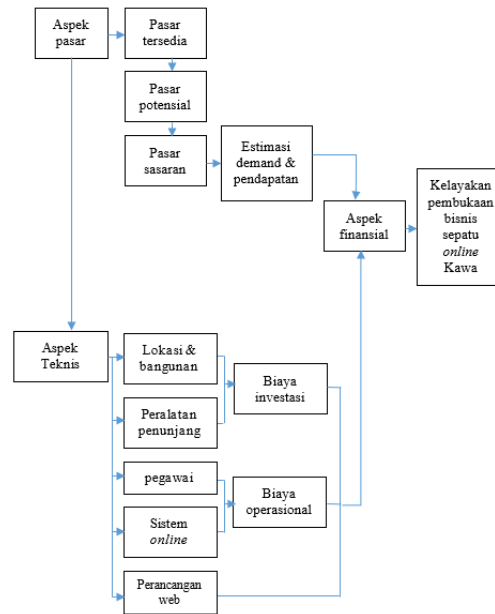
Menurut Sukamto dan Shalahuddin (2013:165), "Sequence diagram atau diagram sekuen menggambarkan kelakuan objek pada use case dengan mendeskripsikan waktu hidup objek dan message yang dikirim dan diterima antar objek".

2. 6 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dibutuhkan dalam rangka mengetahui sejauh mana dampak parameter-parameter investasi yang telah ditetapkan sebelumnya boleh berubah karena adanya faktor situasi dan kondisi selama umur investasi, sehingga perubahan tersebut hasilnya akan berpengaruh secara signifikan pada keputusan yang telah diambil (Giatman, 2006).

2. 7 Model Konseptual

Model konseptual atau kerangka konseptual suatu penelitian menunjukkan hubungan logis antara faktor/variabel yang telah diidentifikasi penting untuk menganalisis masalah penelitian (Sinulingga, 2014).



Gambar 2. Model Konseptual

3. Pembahasan

3.1 Aspek Pasar

1. Pasar Potensial

Pasar potensial ditentukan berdasarkan *variable* keminatan responden terhadap produk Kawa. Dari total 57 responden, semua responden berminat terhadap produk dari Kawa. Sehingga dapat disimpulkan sebanyak 100 orang (57%) responden adalah pasar potensial produk dari Kawa.

2. Pasar Tersedia

Pasar tersedia didefinisikan sebagai responden yang memiliki minat dan kemampuan untuk membeli produk dari Kawa. Dari total 100 responden, sebanyak 45 responden menyatakan berminat untuk membeli produk dari Kawa. Sehingga pasar tersedia untuk Kawa adalah 45%.

3. Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang mempunyai syarat untuk dimasuki oleh perusahaan. Besarnya pasar sasaran akan ditentukan oleh pihak manajemen perusahaan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan *competitor*. Dengan berdasarkan jumlah *competitor* yang ada, ada dua *competitor* inti (Sepatu kulit Brodo dan Sepatu kulit Cibaduyut), namun pasar tersedia bukan berarti pasar yang dimiliki oleh produk yang sejenis saja melainkan yang tidak menjual produk sejenis juga merupakan *competitor*. Maka perusahaan membidik 2% dari total pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk dari Kawa.

Berdasarkan pasar sasaran kemudian ditentukan berapa besarnya proyeksi permintaan untuk tahun-tahun berikutnya. Proyeksi permintaan didapatkan dari perhitungan pasar sasaran dengan kenaikan sebesar 1,56% di setiap tahunnya. Kenaikan tersebut didapatkan dari kenaikan jumlah populasi pada penelitian, yaitu laki-laki berusia 20-30 tahun.

Tabel 2. total proyeksi permintaan.

Tahun	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah Demand	1231	1250	1270	1290	1310

3. 2 Aspek Teknis

Tabel 3. Waktu proses bisnis keseluruhan

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Jumlah Hari (hari)	30	30	30	30	30
Jumlah Hari Libur dan Cuti (hari)	4	4	4	4	4
Jumlah Hari Kerja Efektif (hari)	26	26	26	26	26
Jam Kerja (jam)	7	7	7	7	7
Jam Kerja Efektif (jam)	182	182	182	182	182
Kebutuhan Waktu (jam)	429,25	431,84	434,47	437,14	439,85
Kebutuhan Tenaga Kerja (orang)	3	3	3	3	3

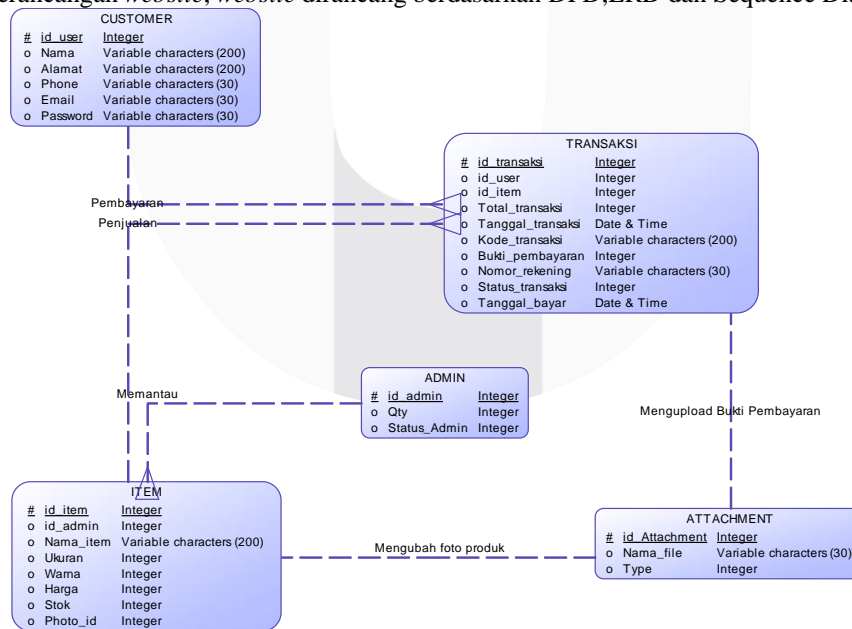
Berdasarkan hasil perhitungan operasi waktu kerja didapat jam kerja efektif dalam satu bulan yaitu 182 sedangkan waktu yang dibutuhkan sebanyak 429,25 sehingga idealnya dari hasil analisis kebutuhan tenaga kerja yaitu itu 3 orang. Artinya 3 orang pekerja ini sudah dapat melakukan operasi usaha yang dijalankan oleh toko septum Kawa. Hal tersebut sesuai dengan penetapan jumlah pekerja yang di berlakukan dimana 3 orang tersebut 2 diantaranya mengisi posisi sebagai inventori dan 1 sebagai CS online/bagian keuangan.

Berdasarkan hasil perancangan proses bisnis juga dapat diketahui fasilitas apa saja yang diperlukan untuk mendukung kegiatan-kegiatan yang terjadi. Seluruh fasilitas tersebut akan disimpan dan digunakan di kantor sekaligus gudang penyimpanan bahan baku dan produk jadi Kawa yang beralamat di di Jalan Sauyunan mas raya nomor 2E,Cibaduyut Raya, Bandung. Dengan luas 8 x 6m².

Tabel 4. Kebutuhan Sarana dan Prasarana Kantor Kawa

No	Item	Jumlah
1	Rak	6
2	AC	1
3	1 Set Sofa	1
4	Kursi dan Meja Kerja/Rapat	1
5	Kursi dan Meja PC	1
6	Printer dan infokus	1
7	Website	1
8	Komputer PC	1

Pada bagian perancangan *website*, *website* dirancang berdasarkan DFD,ERD dan Sequence Diagram.



Gambar 3 Entity Relationship Diagram Website Kawa

Hubungan entitas pada gambar diatas mewakili sistem *website* toko online kawa yang berhubungan dengan penyimpanan data transaksi. Konten pada *website* dapat dilihat keseluruhan tanpa harus melakukan *login*,namun bila ingin memesan ,pengguna harus memiliki *account* untuk melakukan transaksi.

3. 3 Aspek Finansial

Pada aspek finansial pengumpulan data yang akan menjadi dasar evaluasi dalam kreteria investasi adalah *cash flow* dan laba rugi dari pengelolaan data finansial Kawa. Pada perhitungan aspek finansial ini menggunakan *output* dari aspek pasar yang merupakan jumlah estimasi *demand* dan aspek teknis yaitu perhitungan investasi yang akan dilakukan oleh Kawa. Hasil yang didapatkan dari aspek finansial tersebut berupa biaya investasi, biaya operasional, kebutuhan dana, rugi-laba ,arus kas dan neraca.

Biaya investasi didapatkan dari sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk menjalankan segala aktifitas didalam bisnis Kawa. Total biaya investasi sebesar Rp. 27.270.000 dan biaya depresiasi selama 4 tahun sebesar Rp. 6.187.500 .

Biaya Operasional Langsung seperti biaya Produksi yang dikeluarkan untuk memperoleh produk sepatu kawa tiap bulanya. Harga produk diasumsikan meningkat tiap tahunnya 4,5%. Pada tahun pertama besaran pembelian produk sebesar Rp. 523.298.250 dengan harga satuan produk sebesar Rp. 425.000 setiap pasangnyanya sedangkan proyeksi pelanggan (*demand*) sebanyak 1.231 orang dan diasumsikan meningkat setiap tahunnya 1,56%. Dan biaya sumber daya manusia meliputi biaya gaji untuk direktur sebesar Rp. 1.500.000/bulan, inventory sebesar Rp. 1.000.000/bulan dan CS online/bagian keuangan sebesar Rp. 1.000.000/bulan sehingga besaran biaya sumber daya manusia pada tahun pertama yaitu sebesar Rp. 58.500.000 dimana biaya ini diasumsikan naik 4,5% tiap tahunnya.

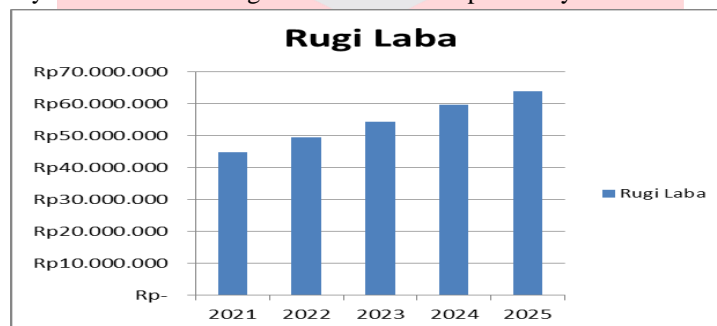
Biaya operasional tidak langsung seperti listrik,komunikasi,biaya perawatan peralatan,biaya sewa tempat,biaya pengelolaan *website* dan depresiasi yaitu sebesar Rp. 44.400.000 dimana biaya ini diasumsikan naik 4,5% tiap tahunnya.

Tabel 5. Kebutuhan Dana

KEBUTUHAN DANA	
<i>Total Project Cos (TPC) 2020</i>	Total
Investasi Tetap	Rp 27.270.000
<i>Working capital</i> (perkiraan biaya selama 1 bulan)	Rp 52.183.188
Total Kebutuhan Dana	Rp 79.453.188

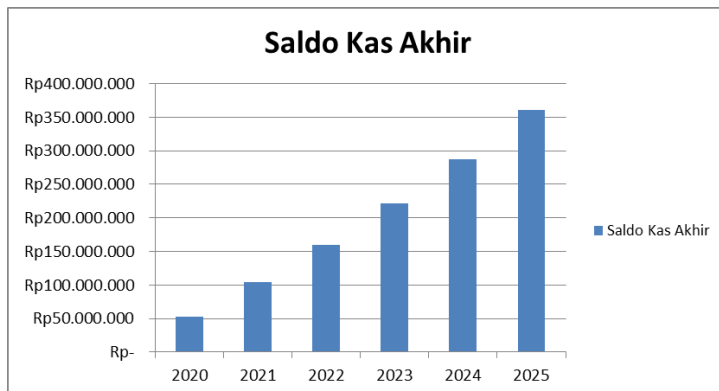
Berdasarkan hasil perhitungan estimasi biaya perangkat, maka investasi tetap pada pendirian toko online sepatu boot Kawa ini membutuhkan investasi tetap sebesar Rp. 27.270.000 dan *working capital* sebesar Rp. 52.183.188 sehingga estimasi total kebutuhan dana pada pembukaan toko online sepatu kawa yaitu sebesar Rp 79.453.188

Laporan rugi laba dapat menunjukan kinerja keuangan Kawa setiap tahunnya, apakah menghasilkan laba atau mengalami rugi. Hasilnya Kawa selalu menghasilkan laba setiap tahunnya.



Gambar 4. merupakan grafik rugi laba (Earning After Interest And Tax).

Laporan arus kas menunjukkan aliran masuk dan keluarnya uang dari kegiatan bisnis yang dilakukan Kawa.



Gambar 6 merupakan grafik total saldo kas akhir.

Untuk mengetahui laporan posisi keuangan, dalam hal ini jika didalam neraca ,total aktiva dan passiva memiliki nilai yang sama atau seimbang. Dengan demikian dapat diartikan bahwa posisi keuangan Kawa dialokasikan secara benar dilihat dari total nilai aktiva dan passiva yang seimbang

3. 4 Analisis Kelayakan

Adapun hasil perhitungan untuk menilai tingkat investasi adalah sebagai berikut:

NPV: Rp 152.535.499

IRR: 22,80%

PBP: 1,9 Tahun

Kebutuhan dana yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 79.453.188 Tingkat pengembalian dan keuntungan produk ini (*pay back period*) adalah selama 1 tahun 9 bulan.

3. 5 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengukur tingkat sensitivitas dengan melihat pengaruh perubahan dari variabel- variabel tertentu. Perubahan terjadi pada variabel investasi yang sensitif terhadap kenaikan sebesar 17%, biaya operasional yang sensitif terhadap kenaikan sebesar 8%, nilai jual yang sensitif terhadap penurunan sebesar 3%, dan permintaan pelanggan/*demand* yang sensitif terhadap penurunan sebesar 6%. Variabel yang paling sensitif terhadap perubahan yaitu variabel nilai/harga jual.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis, kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Total permintaan pada tahun 2020,sejumlah 1231 pasang sepatu dan mengalami 1,56% kenaikan setiap tahunnya.

Kebutuhan pegawai berdasarkan hasil perhitungan didapat jam kerja efektif dalam satu bulan yaitu 182 sedangkan waktu yang dibutuhkan sebanyak 429,25 sehingga idealnya dari hasil analisis kebutuhan tenaga kerja yaitu itu 3 orang.

Bisnis ini dinyatakan layak untuk dijalani,berdasarkan hasil perhitungan NPV yang bernilai positif yaitu sebesar Rp 152.535.499. Dan IRR lebih besar dari MARR (22,80% > 9,95%) dan memiliki *pay back period* selama kurang lebih 1 tahun 9 bulan.

Analisis sensitivitas memiliki empat variabel,yaitu perubahan terjadi pada variabel investasi sensitif terhadap kenaikan,biaya operasional sensitif terhadap kenaikan, nilai jual sensitif terhadap penurunan. Dan yang paling sensitif apabila nilai jual mengalami penurunan sebesar 2%,maka akan mengalami kerugian.

Daftar Pustaka

- BPIPI. 2015. Peta Potensi dan Profil IKM Alas Kaki Nasional
- Brady dan Loonam J.2010. Exploring the use of entity-relationship diagramming as a technique to support grounded theory inquiry. *Qualitative Research in Organization And Management*
- Databoks. 2019. Transaksi *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2014-2018 <https://databoks.katadata.co.id> di akses 24 September 2019
- Giatman, M. 2006. *Ekonomi Teknik*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Husnan dan Muhammad. 2005. *Studi Kelayakan Proyek*. Edisi ke 4. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Iban, Sofyan. 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Kencana Prenada Media Goup
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran [Terjemahan]*. Jakarta (ID) : PT. INDEKS Kelompok Media. Jilid 1
- Sinulingga S. 2014. *Rekayasa Produktivitas*. Medan: USU Press
- Sukamto, Rosa Aryani, dan M.Salahuddin. 2013. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung:Informatika