

ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN *OUTLET PARTY PARTNER*

THE FEASIBILITY ANALYSIS OPENING OF PARTY PARTNER OUTLET

Nazhara Miftah Dinifasya, Candra Wijayangka

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

arafasya28@gmail.com, wijayangka@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya sebuah bisnis online yang telah membuka toko *offline*. Dimana Party Partner adalah bisnis yang menjual barang atau peralatan untuk mendekorasi acara serta barang yang dapat di jadikan buah tangan. Semakin banyaknya bermunculan pesaing dalam bisnis online yang membuat Party Partner mengalami penurunan pendapatan. Hal yang melatar belakangi Party Partner membuka outlet dimana pemilik ingin meningkatkan penjualan, serta dapat langsung menjangkau target pasarnya. Teori yang mendasari penelitian ini adalah aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu, aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek lingkungan, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik usaha dan dua orang karyawannya, observasi, serta dokumentasi. Teknik analisis data dari penelitian ini dilakukan dengan salah satunya melakukan perhitungan keuangan perusahaan. Pada aspek keuangan. Selain itu, untuk pengecekan data penulis melakukan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini menggambarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha lalu didapatkan hasil analisis dari setiap aspek studi kelayakan bisnis. Hasil penelitian juga dilengkapi dengan observasi penulis serta dokumentasi. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah pembukaan outlet Party Partner layak didirikan jika sudah memenuhi aspek-aspek yang ada dalam studi kelayakan bisnis Lalu penulis juga memberikan saran kepada pihak yang ingin membuat usaha ini seperti mengenai jumlah modal awal dan target waktu untuk pengembalian modal serta pertimbangan bagi pemilik usaha jika ingin membuka cabang.

Kata Kunci : Studi kelayakan bisnis, Outlet, Party Partner

Abstract

This research was conducted to determine whether or not an online business that has opened an offline shop. Where the Party Partner is a business that sells goods or equipment to decorate the event as well as items that can be made souvenirs. Increasing number of competitors have sprung up in the online business that makes Party Partner experiencing drop in revenue. Things background Party Partner opened outlets where the owner wants to increase sales, and can directly reach its target audience. The theory underlying this research is the feasibility research aspects of the business, namely, market and marketing aspects, legal aspects, environmental aspects, technical aspects and technology, management and human resources, as well as the financial aspect. The method used is qualitative method with data collection through interviews with business owners and two employees, observation, and documentation. Mechanical analysis of data from the research conducted by one company doing financial calculations. On the financial aspect. In addition, for checking the data the authors conducted a triangulation technique. The results of this research illustrate the results of interviews with business owners and the results obtained from the analysis of every aspect of a business feasibility research. The

results also equipped with observation and documentation writers. The conclusion of this research is the opening of the outlet Party Partner decent established if it meets the aspects contained in the feasibility research. Then the author also gives advice to those who want to make this venture as the amount of initial capital and the target date for the return of capital as well as consideration for business owners if they want to open a branch.

Keywords : Business feasibility research, Outlet, Party Partner

1. Pendahuluan

Semakin banyaknya pesaing di dunia industry kreatif dan bisnis online berdampak langsung pada penjualan dimana terjadinya penurunan drastis pada penjual. Hal ini yang menuntut bisnis online ini harus selalu melakukan inovasi dan pengembangan bisnisnya, terlebih lagi sedikitnya peluang keberhasilan bisnis mahasiswa ini jarang yang bertahan lama yang dikarenakan faktor kurangnya memperhatikan perhitungan finansial dan strategi pengembangan usahanya serta kebanyakan toko online mempunyai permasalahan karena terdapatnya kesenjangan antara penjual dan pembeli yang dikarenakan apa yang di berikan dari penjualan belum sepenuhnya yang diinginkan para konsumen. Maka dari itu bisnis online *Party Partner* ini mengembangkan bisnisnya dengan membuka sebuah outlet yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan serta perlu dilakukan kajian supaya dapat diketahui apakah bisnis yang dijalankan layak atau tidak untuk dikembangkan. Menurut Umar (2009:12) kajian yang harus dilakukan adalah studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Menurut Kasmir & Jakfar (2014:7) untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan bisnis. Dalam studi kelayakan bisnis yang akan dilakukan pada *Party Partner* terdapat beberapa aspek yang perlu ditinjau yaitu aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen aspek ekonomi dan sisial serta aspek lingkungan bisnis. Berdasarkan pentingnya studi kelayakan bisnis dan rencana *Party Partner* untuk menganalisis kelayakan bisnisnya lah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN OUTLET (*PARTY PARTNER*)”

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Wirausaha

Menurut Joseph Schumpeter (Alma, 2008:24) mengemukakan bahwa: “*Entrepreneur as the person who destroy the existing economic by introducing new products and services, by creating new forms of organization, or by exploiting new raw materials.*”

2.2 Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Umar (2009:8) studi kelayakan bisnis adalah sebuah penelitian yang dilakukan tidak hanya untuk menganalisis layak atau tidaknya sebuah bisnis, tetapi juga menganalisis

layak atau tidaknya bisnis tersebut saat dioperasionalkan secara rutin dan dalam jangka waktu yang tidak ditentukan untuk mencapai keuntungan yang maksimal.

2.3 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Aspek pasar dan pemasaran menurut Suliyanto (2010:81) aspek pasar dilakukan untuk menganalisis potensi pasar yang ada. Selain itu, aspek pasar juga menganalisis proses perusahaan dalam mendapatkan bahan baku, karena persaingan juga terjadi di dalam hal mendapatkan bahan baku.

Aspek hukum menurut Suliyanto (2010:15) analisis aspek hukum diperlukan untuk mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebuah usaha sebelum menajalankan usahanya. Tentu saja, ketentuan setiap usaha berbeda-beda tergantung dari kompleksitas usaha tersebut. Selain itu juga ketentuan hukum setiap daerah berbeda-beda tergantung dari ketentuan dan perizinan daerah tersebut.

Aspek lingkungan menurut Suliyanto (2010:43) perlu dilakukan untuk menganalisis dampak-dampak yang akan terjadi di sekitar lingkungan bisnis yang akan dijalankan, baik dampak positif maupun negatif. Selain itu juga analisis lingkungan digunakan untuk mengantisipasi dampak negatif yang disebabkan oleh bisnis, sehingga tidak akan muncul masalah di kemudian hari.

Aspek teknis dan teknologi dilakukan setelah analisis aspek pasar menunjukkan hasil layak untuk dijalankan. Analisis aspek teknis dan teknologi dilakukan untuk mengetahui apakah secara teknis bisnis dapat dijalankan karena seringkali bisnis mengalami kegagalan yang disebabkan oleh ketidakmampuan menghadapi masalah teknis.

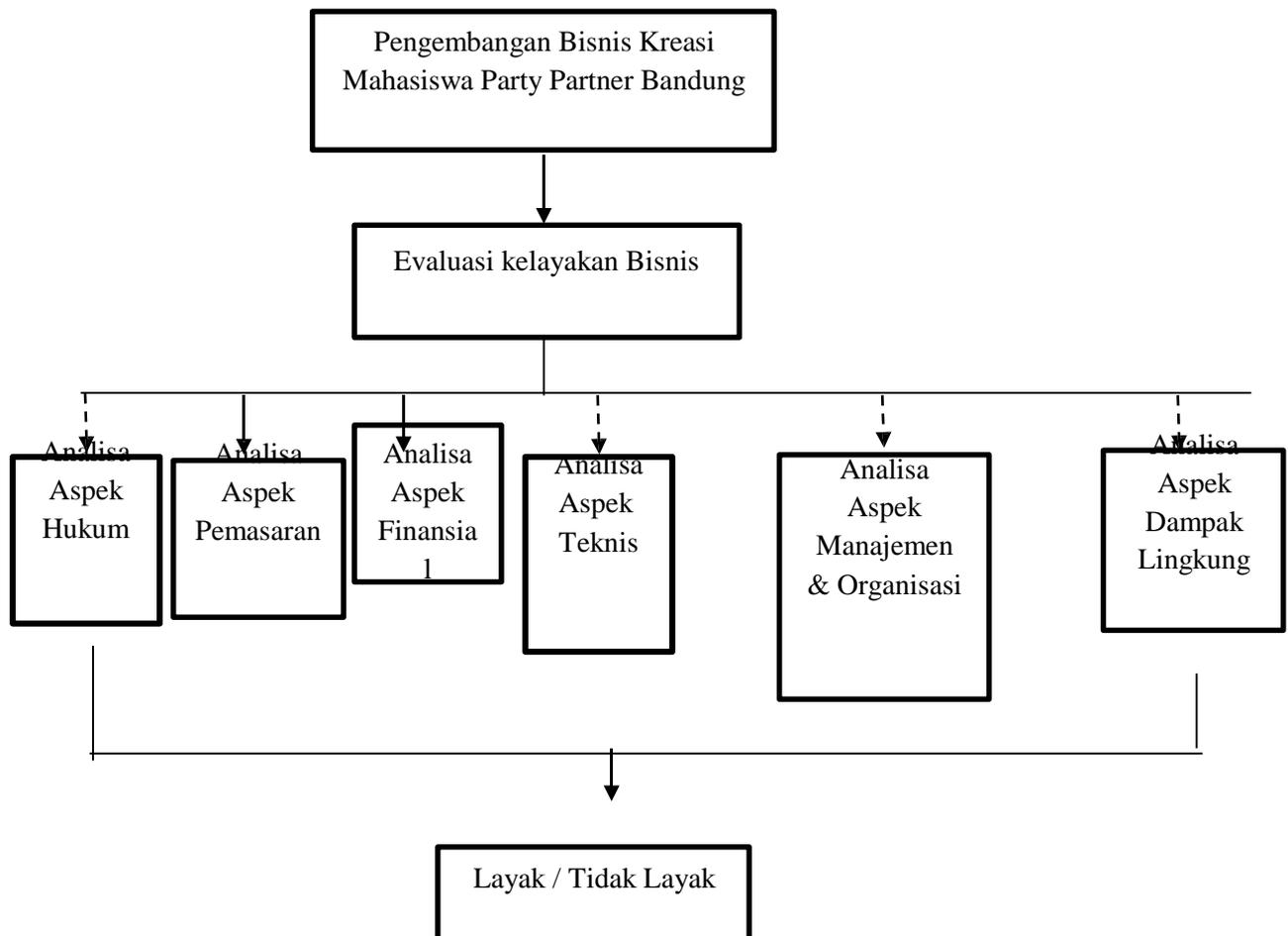
Kesiapan tenaga kerja sangat berkaitan erat dan penting dengan kegiatan perencanaan pembangunan bisnis baik pada bisnis yang padat teknologi maupun bisnis yang padat tenaga kerja. Menurut Suliyanto (2010:157) perbedaannya adalah pada bisnis yang padat teknologi tenaga kerja terampil lebih banyak dibandingkan dengan proporsi tenaga kerja kasar, sedangkan pada bisnis padat tenaga kerja proporsi tenaga kerja kasar yang lebih banyak.

Aspek keuangan merupakan aspek terakhir yang dianalisis dalam studi kelayakan bisnis. Menurut Suliyanto (2010:184) analisis aspek keuangan dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah ide bisnis dapat memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan dengan berdasarkan asumsi-asumsi yang logis.

2.4 Kerangka Pemikiran

Studi kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui dan memutuskan kelayakan dari sebuah ide bisnis untuk dilaksanakan atau tidak. Melihat banyaknya pesaing dan ketidakberhasilan usaha kreasi *Party Partner* berencana mengembangkan target pasarnya, Sebelum melakukan pengembangan bisnis, seperti yang dilakukan oleh *Party Partner*, perlu dilakukan kajian supaya dapat diketahui apakah bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak. Menurut Suliyanto (2011:9) untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek finansial, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek lingkungan. Analisis aspek pemasaran dilakukan untuk mengetahui intensitas persaingan dan kesesuaian strategi pemasaran yang digunakan *Party Partner* dengan target pasar yang baru agar memperoleh tingkat penjualan yang menguntungkan. Aspek

keuanngan dilakukann untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya investasi yang dibutuhkan. Kemudian juga diteliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek dijalankan dan berapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kriteria kelayakan keuangan/finansial akan dilihat dari nilai Payback Period. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian studi kelayakan bisnis berdasarkan aspek-aspek diatas, sehingga dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

3 Metode Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya. Dalam penelitian deskriptif, peneliti mencoba menentukan sifat situasi sebagaimana adanya pada waktu penelitian dilakukan. Dalam studi deskriptif tidak ada kontrol perlakuan seperti dalam studi eksperimen karena tujuannya adalah menggambarkan kondisi apa adanya berkaitan dengan variabel-variabel atau kondisi-kondisi dalam suatu situasi.

Penelitian deskriptif pada umumnya tidak diarahkan untuk pengujian hipotesis. (Dantes, 2012:51)

3.2 Teknik Pengumpulan Data

- a. Penelitian Lapangan. Suatu penelitian yang langsung dilakukan pada objek yang diteliti, dalam hal ini pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan teknik:
 - 1) Wawancara (*in-depth interview*), yaitu pengumpulan data secara langsung kepada pengusaha bisnis *carwash* melalui suatu proses wawancara untuk mencari informasi-informasi yang dinilai penting.
 - 2) Survey dengan mendatangi BPS serta beberapa instansi terkait untuk mendapatkan data tentang perkembangan usaha jasa dan perkembangan Kota Bandung.
 - 3) Observasi, yaitu dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data-data dan informasi yang tidak diperoleh dalam wawancara.
- b. Penelitian Kepustakaan. Suatu penelitian yang digunakan dengan mengumpulkan data-data yang berguna untuk dijadikan landasan teori bagi analisis yang akan dilakukan selanjutnya, diantaranya dengan membaca jurnal, majalah, riset, dan berbagai macam sumber data lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.3 Triangulasi

Menurut Satori & Komariah (2012:170) triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Terdapat beberapa jenis triangulasi, diantaranya:

- 1) Triangulasi Sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mencari beberapa sumber yang masih berkaitan satu sama lain guna mencari data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan cara mewawancarai pemilik usaha, *general manager*, dan *operational manager*.
- 2) Triangulasi Waktu. Triangulasi waktu juga digunakan untuk mengecek konsistensi suatu data dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda. Peneliti melakukan triangulasi waktu dengan cara melakukan wawancara di waktu yang berbeda-beda, yaitu siang hari dan sore hari.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Aspek Pasar dan Pemasaran.

Dalam menjalankan bisnisnya Party Partner menjual beraneka ragam produk yang dimana produk itu merupakan produk perlengkapan dekorasi dan produk buatan tangan yang dapat di jadikan hiasan. Harga barang yang di jual di Party Partner dijual yaitu dengan harga 30%-40% dari harga beli. Promosi yang dilakukan Party Partner untuk memperkenalkan produknya yang pertama itu dengan promosi langsung dan dengan media sosial seperti promosi *broadcast chat* dengan line *add*, promosi lewat *instagram*, dan brosur. Selain melakukan promosi langsung Party Partner juga memberikan potongan harga khusus yang dimana potongan harga itu dapat digunakan pada hari-hari tertentu. Lokasi Party Partner sangat dekat dengan target pasarnya dimana target pasarnya adalah mahasiswa telkom dan penduduk desa Bojongsoang dan sekitarnya dimana usia pelanggan yang di targetkan berumur 16-30 tahun dan dari semua kalangan.

Aspek Lingkungan

Party Partner memberikan banyak dampak positif kepada lingkungan sekitarnya, diantaranya adalah Party Partner turut peduli dengan lingkungan sekitarnya baik memberikan bantuan materi maupun non materi. Party Partner juga selalu mengikuti etika yang berlaku di lingkungan sekitarnya. Party Partner juga sudah menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari bisnis yang di jalankan.

Aspek Hukum.

Party Partner sudah memenuhi perizinan dalam membuka toko outlet nya. Selain itu, status tanah dan bangunan yang dijadikan outlet sudah memenuhi persyaratan dan memiliki sertifikat tanah yang jelas.

Aspek Teknis dan teknologi

Party Partner memiliki semua peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan bisnis dekorasi diantaranya sudah memiliki tabung gas helium, dan alat pompa lainnya. Dalam penataan barang dagangannya, Party Partner menyesuaikan dengan kesamaan jenis barangnya. Party Partner juga menggunakan laptop yang didalamnya berisikan aplikasi yang mempermudah proses administrasi dan keuangan.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Party Partner sudah memiliki struktur organisasinya namun masih sangat sederhana. Party Partner memiliki beberapa tahap dalam melakukan proses rekrutmen, diantaranya adalah mulai dari menerima lamaran kerja, interview, training tahap 1 minggu.

Aspek Keuangan

Hasil Analisis NPV, IRR, ARR, PI, dan Payback Period

PP	2 Tahun 1 Bulan 7 hari
NPV	Rp. 316.490.282
PI	5,59
ARR	3,43%

Berdasarkan hasil perhitungan, maka:

- PP = 2 tahun 7 bulan 11 hari.
- NPV = Rp 316.490.282, yang berarti investasi diterima atau layak karena > 0
- PI = 5,59 atau lebih besar dari 1 sehingga ide bisnis layak untuk dijalankan.
- ARR = 3,43%

4. Kesimpulan

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Suliyanto (2010) terdapat beberapa aspek yang harus dianalisis dalam studi kelayakan bisnis, diantaranya adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek lingkungan, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek keuangan. Oleh karena itu terdapat 6 aspek yang harus dianalisis dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- a. Aspek Pasar dan Pemasaran Bisnis *Party Partner* dapat dikatakan layak secara aspek pasar dan pemasaran apabila perusahaan memiliki bauran pemasaran yang jelas dan dapat melakukan promo-promo baik melalui media elektronik seperti radio ataupun melalui media cetak. Selain itu, perusahaan juga harus memiliki segmen dan target yang jelas, pada penelitian ini bauran pemasaran telah diterapkan oleh *Party Partner* dimana produk yang di jual sudah jelas, penentuan harga produknya berdasarkan *mark-up*, promosi yang di jalankan berupa promosi lewat media sosial, brosur, dan promosi langsung, targetnya adalah mahasiswa Telkom University serta warga sekitar dayeuhkolot, sedangkan segmennya adalah semua kalangan.
- b. Aspek Hukum Bisnis *Party Partner* dapat dikatakan layak berdasarkan aspek hukum apabila perusahaan sudah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan dan juga sudah memenuhi ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di lingkungan sekitarnya. Pada penelitian ini dimana *Party Partner* telah mendapatkan izin dari lingkungan sekitar.
- c. Aspek Lingkungan Bisnis *Party Partner* dapat dikatakan layak secara aspek lingkungan apabila perusahaan sudah melihat kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman untuk mendirikan usaha di lingkungan itu.
- d. Aspek Teknis dan Teknologi Bisnis *Party Partner* dikatakan layak secara aspek teknis dan teknologi apabila sudah memiliki semua peralatan yang dibutuhkan. Dimana party partner telah memiliki peralatan untuk meniup balon berupa gas helium.
- e. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia Bisnis *Party Partner* dikatakan layak secara aspek manajemen dan sumber daya manusia apabila perusahaan sudah memiliki struktur organisasi dan standar operasional yang jelas sehingga setiap sumber daya yang ada akan memiliki tanggungjawab yang jelas.
- f. Aspek Keuangan Bisnis *Party Partner* dikatakan layak karena pengembalian modal hanya dalam 2 bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Moghli, Azzam Azmi. (2012). Market Analysis And The Feasibility Of Establishing Small Business. *European Scientific Journal*, May Edition vol.8, No.9.
- Aditya, Anggi Sendi et.al. (2014). *Analisis Kelayakan Usaha Lemari/Rak Simple and Easy Delivery Di Kecamatan Cikarang*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelaja.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : ANDI.
- Dini, Elissa Kurnia. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis Taman Penitipan Anak (TPA) Di Kota Bandung*. Skripsi Program S1 Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Dongre, Yashavantha. (2010). Building Acces To Healthcare In Rural India: Possibility And Feasibility Of Low-Cost Medicine. *International Journal of PharmaceutIcal and Healthcare Marketing*.
- Emmanuel O, et.al. (2012). Small And Medium Scale Business (Restaurant): A Career Opportunity For Nigerian Youths. *Federal University of Technology Minna*.
- Fahmi, Irham, Syahiruddin dan Yovi Lavianti Hadi. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghony, Djunaidi dan Almanshur, Fauzan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Nigl, Valerie. (2011). Feasibility Study For A Hotel Project In Luanda, Angola. Modul University Vienna.
- Kasmir dan Jakfar. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Mahardika.(2014). *Analisis Pengembangan Usaha Pemanfaatan Limbah Bonggol Jagung*.Jurnal Online Institut Pertanian Bogor.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian (6) Ciawi, Bogor : Ghalia Indonesia*.
- Nugroho, Ilham Adi. (2013). *Analisis Kelayakan Usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah*. Jurnal Online Insitut Teknologi Nasional Bandung.
- Oktaviani, Senni. (2011). *Evaluasi Kelayakan Bisnis Sebagai Dasar Identifikasi Potensi Bisnis Web Hosting Di Kota Bandung*. Skripsi Program S1 Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Oscar, Bheben. (2011). *Analisis Kelayakan Bisnis Helm Cover Di Kota Bandung*. Skripsi Program S1 Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung : Salemba Empat.
- Sylaban, Andy S. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis Warung Internet Di Kecamatan Medan Area Tahun 2010*. Skripsi Program S1 Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Syarif, Kasman.(2011). *Analisis kelayakan Usaha Produk Minyak Aromatik merk flos*.Jurnal Online Institut Pertanian Bogor.
- Swastawati, Frontea. (2011). *Studi kelayakan dan Efesien Usaha Pengasapan Ikan dengan Asap Cair limbah Pertanian*.Jurnal Online Universitas Diponogoro Semarang.
- Shabani, Ahmad. (2012). Feasibility Study Of Digital Document Supply Services In Iranian Research Institutes And Academic Libraries. *Interlending & Document Supply* Vol.49 Iss 4 pp. 192-196.
- Umar, Husein. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- www.apjii.or.id Diakses 22 Maret 2016
- www.program.indonesiakreatif.net Diakses 3 Februari 2016
- <https://www.google.co.id/partv+partner+bojongsong/data> Diakses Mei 2016