

STUDI KELAYAKAN BISNIS PENDIRIAN TOKO AKSESORIS DAN KADO “AISYAH COLLECTION”

¹Budi Djatmiko, ²Nurul Khotimah

^{1,2}STIE STEMBI Bandung Business School

email: budidjatkiko@stemi.ac.id, nurulkhotimah56@gmail.com

Abstrak

Era Industri 4.0 menuntut setiap orang untuk memiliki keahlian, ketrampilan serta kreatifitas. Hal tersebut dimaksudkan sebagai nilai jual lebih atas dirinya untuk mendapatkan pekerjaan yang menjanjikan sesuai dengan ilmu dan bidangnya masing- masing. Disamping itu, dunia bisnis sudah menggunakan alat-alat teknologi dan informasi teknologi untuk memudahkan akses dalam operasi usahanya. Kreatifitas menjadi sebuah peluang besar, salah satunya yakni usaha penjualan benda-benda yang dapat dijadikan kado dan aksesoris yang merupakan peluang usaha yang menarik untuk dikembangkan. Hal ini dibuktikan dengan tingginya minat konsumen kabupaten Bandung untuk menjadikan benda-benda sebagai kado, seperti: dompet, tas, gelang dan lain sebagainya. Usaha ini memang cukup banyak ditemukan di kabupaten Bandung, seperti: Putreri Aksesoris, Istana Kado, dan lainnya. Namun, toko-toko penjualan kado masih jarang ditemui di lokasi Komplek Bumi Sari Indah (BSI) 1, Baleendah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan adalah deskriptif. Penelitian ini berisis gambaran mengenai lokasi perusahaan berada serta kelayakan usaha yang ditinjau dari berbagai aspek tertentu. Dari beberapa aspek yang termasuk di dalam penelitian ini, seperti aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen, SDM, finansial, ekonomi, sosial dan politik, lingkungan hidup serta lingkungan industri, maka pendirian toko aksesoris dan kado ‘Aisyah Collection’ ini dapat dinyatakan layak.

Kata Kunci: Studi Kelayakan, Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Abstract

The Industrial Age 4.0 requires everyone to have expertise, skills and creativity. This is intended as an added value for him to get a promising job in accordance with their respective fields of knowledge and fields. In addition, the business world has used technology tools and information technology to facilitate access in their business operations. Creativity is a great opportunity, one of which is the business of selling items that can be used as gifts and accessories, which are attractive business opportunities to develop. This is evidenced by the high interest of consumers in Bandung district to make objects as gifts, such as: wallets, bags, bracelets and so on. This business is quite common in Bandung regency, such as: Putreri Aksesoris, Kado Palace, and others. However, gift shops are rarely found in the Bumi Sari Indah Complex (BSI) 1, Baleendah. The research method used in this research is descriptive. This study contains an overview of the location of the company and the feasibility of the business in terms of certain aspects. From several aspects included in this research, such as aspects of market and marketing, technical and technology, management, human resources, financial, economic, social and political, environment and industrial environment, the establishment of this 'Aisyah Collection' accessories and gift shop can declared worthy.

Keywords: Feasibility Study, Business Feasibility Study Aspect

KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 2 No. 1, Maret 2021

A. PENDAHULUAN

Era Industri 4.0, setiap orang dituntut untuk memiliki keahlian, ketrampilan dan juga kreatifitas sebagai nilai jual lebih pada dirinya untuk mendapatkan pekerjaan yang menjanjikan sesuai dengan ilmu dan bidangnya masing-masing (Nurjaman dkk, 2020). Disamping itu, dunia bisnis sudah menggunakan alat-alat teknologi dan informasi teknologi untuk memudahkan akses dan juga operasi usahanya (Wilis & Nurwulandari, 2020).

Hal tersebut terlihat seperti dalam usaha manufaktur yang dahulu masih menggunakan cara tradisional yakni menggunakan sebagian besar tenaga manusia, kemudian sekarang sudah tergantikan oleh mesin-mesin yang canggih dengan kemampuan memproduksi berkali lipat dibandingkan dengan menggunakan tenaga manusia (Sulastri & Uriawan, 2020). Contoh lainnya di era globalisasi ini seperti menjamurnya internet yang memberikan berbagai informasi tanpa adanya batas, yang mana dengan demikian diperlukan pengetahuan yang luas mengenai teknologi. Selain itu, pergeseran budaya dari menggunakan tenaga manusia menjadi tenaga mesin dan juga informasi teknologi, manusia yang tidak memiliki keahlian, keterampilan dan juga kreatifitas sebagai nilai jualnya akan perlahan mengalami pemutusan hubungan kerja bagi mereka yang sudah mendapatkan pekerjaan atau masih dalam status sedang mencari pekerjaan (Haris dkk, 2020).

Tingginya angka pengangguran di Indonesia ini, selain karena kualitas sumber daya manusianya yang rendah juga disebabkan oleh jumlah lapangan pekerjaan yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja yang ada (Indiyati dkk, 2021). Di Indonesia sudah banyak berdiri universitas-universitas yang dapat menghasilkan sumber daya manusia yang siap untuk terjun ke dunia kerja, oleh sebab itu mereka juga akan dihadapkan dengan persaingan calon tenaga kerja asing yang memiliki kualitas yang berbeda, sesuai dengan kreatifitas yang dimilikinya (Walls, 2021). Sehingga, mereka telah siap untuk melakukan kompetisi dari sebuah penguasaan terhadap seperangkat pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai serta sikap yang telah mengarah kepada suatu kinerja dan akan direfleksikan kedalam kebiasaan berfikir serta akan bertindak sesuai dengan profesinya masing-masing (Ismail, *et al*, 2020).

Kreatifitas menjadi sebuah peluang usaha besar. Kreatifitas manusia juga merupakan sumber daya ekonomi yang utama (Hajar, 2017). salah satu bentuk kreatifitas yakni usaha penjualan benda-benda yang dapat dijadikan kado dan aksesoris yang merupakan peluang usaha yang menarik dikembangkan. Hal ini dibuktikan dengan tingginya minat konsumen kabupaten Bandung untuk menjadikan benda-benda sebagai kado, seperti: dompet, tas, gelang dan lain sebagainya. Usaha ini memang cukup banyak di temukan di kabupaten Bandung ini, seperti: Putreri Aksesoris, Istana Kado, Victori dan lainnya. Namun demikian, toko-toko penjualan kado masih jarang ditemui di lokasi Komplek Bumi Sari Indah, daerah Baleendah. Oleh sebab itu, penulis berminat melakukan penelitian terhadap usaha ini untuk mengetahui apakah usaha ini layak untuk dikembangkan di sekitar Komplek Bumi Sari Indah, Baleendah ini.

Sebuah peluang yang cukup menarik untuk bisnis awal pendirian usaha penjualan kado dan aksesoris di sekitar Komplek Bumi Sari Indah, Baleendah. Usaha penjualan ini diberi nama

ARTIKEL

“Aisyah Collection” dengan lokasi usaha direncanakan daerah Baleendah tepatnya di Komplek Bumi Sari Indah 1, Blok I No. 29 Kelurahan Manggahang, Baleendah, Kabupaten Bandung.

Penelitian ini dikaji dari semua aspek yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek ekonomi, sosial dan politik, aspek yuridis dan lingkungan serta aspek antisipasi resiko.

Bisnis merupakan keseluruhan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa, baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan mencari keuntungan (Aldy, et al, 2017). Salah satu jenis bisnis adalah bisnis dalam bidang industri, yakni bisnis yang bergerak dalam bidang pengolahan (manufaktur), yaitu bisnis dengan tujuan untuk mengubah barang yang kurang berdaya guna menjadi barang guna (Nurwulandari dkk, 2021). Sebagai contoh, pabrik makanan, pabrik pakaian, pabrik sepeda motor ataupun mobil, pabrik baja, pabrik alat-alat rumah tangga dan sejenisnya.

Penelitian dalam Studi kelayakan bisnis menyangkut berbagai aspek, diantaranya yakni aspek hukum, aspek sosial, aspek ekonomi, aspek budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi serta aspek manajemen dan keuangan. Hal tersebut diperlukan dalam penelitian studi kelayakan dan hasilnya akan digunakan dalam mengambil sebuah keputusan, apakah bisnis tersebut akan dilakukan, ditunda atau tidak dijalankan (Lilis, 2016).

Studi Kelayakan Bisnis juga merupakan bidang ilmu yang lebih berorientasi pada ilmu terapan, yang digunakan oleh berbagai kalangan baik individu, pemerintah, pelaku bisnis, investor dan masyarakat umum, guna menilai layak atau tidaknya rintisan suatu bisnis baru, yang akan memberikan sebuah implikasi (Dedi dan Nurdin, 2016). Sehingga suatu bisnis dapat dikatakan layak atau tidak, dapat dilakukan melalui studi kelayakan bisnis (Yanuar, 2016). Adanya studi kelayakan bisnis ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan penting yakni, *‘should we proceed with the proposed project idea?’* (Irsan, 2020).

Pun demikian, dalam ajaran agama Islam sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu bekerja. Tidak ada satu katapun yang menyebutkan bahwa orang Islam yang beriman itu disarankan untuk menjadi pengangguran kerana hal tersebut merupakan perilaku syaitan. Demikian pentingnya menjunjung perilaku yang tinggi etos kerja agar manusia dapat bekerja, bekerja, dan bekerja. Rasulullah Muhammad SAW bersabda, di dalam suatu hadits yang artinya, bahwa bekerja mencari rejeki yang halal merupakan kewajiban, setelah kewajiban ibadah (HR. Ath Thabrani dan Baihaqi).

Hadits tersebut kemudian diperkuat dengan firman Allah SWT dalam al-Quran surah al-A’raff ayat 10, yang artinya, *‘Sesungguhnya Kami menempatkan kalian sekalian di muka bumi dan Kami memberikan kalian di bumi itu (sumber) penghidupan’*. Al-Quran sudah sangat jelas dan gamblang meminta kepada manusia untuk bekerja mencari sumber penghidupan yang sudah disediakan oleh Allah SWT. yang kemudian dipertegas dalam hadits agar dalam mencari nafkah rejeki haruslah dengan jalan yang halal kerna mencari rezeki adalah wajib hukumnya (Sunarji, 2018).

ARTIKEL

Menurut Didit dan Triani Pujiastuti (2010) Tahapan-tahapan dalam studi kelayakan bisnis dapat meliputi:

1. Tahap Penemuan ide

Tahap menghasilkan ide agar menghasilkan produk yang dijual tersebut menguntungkan maka diperlukan penelitian yang terorganisir serta sumber daya yang memadai.

Menurut Surya (2003) sumber peluang potensial bisnis dapat digali dengan cara menciptakan produk baru yang berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis produk dan proses secara mendalam, dan memperhitungkan resiko.

2. Tahap Penelitian

Dilakukan dengan metode ilmiah yakni mengumpulkan data, mengolah data, menganalisis data, menyimpulkan hasil, dan membuat laporan hasil.

3. Tahap Evaluasi

Yaitu membandingkan suatu hal dengan satu atau lebih standar dan kriteria yang bersifat kualitatif atau kuantitatif.

4. Tahap Pengurutan Usulan yang Layak

Pada tahap ini, rencana dari sebuah bisnis akan dianggap layak dan perlu dilakukan pemilihan untuk rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi, jika dibandingkan dengan usulan lain menurut kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5. Tahap Rencana Pelaksanaan

Tahap ini adalah penentuan jenis suatu pekerjaan, jumlah serta kualifikasi tenaga perencana, pendanaan dan sumber daya lainnya serta kesiapan manajemen.

6. Tahap Pelaksanaan

Dalam realisasi pembangunan bisnis diperlukan manajemen proyek. Ketika sebuah proyek telah selesai dikerjakan, maka tahap selanjutnya yakni melaksanakan operasional bisnis tersebut secara rutin.

Beberapa hal yang perlu dibahas mengenai aspek yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis, yakni terkait keputusan layak atau tidak layak untuk dijalankan suatu bisnis tersebut. Sehingga, strategi yang tepat akan memberikan dampak yang positif untuk peningkatan daya saing suatu perusahaan terhadap persaingan sebuah bisnis (Amalia & Miftahul, 2017). Aspek yang berkaitan selanjutnya dinilai, diukur dan diteliti sesuai dengan standar yang ditentukan serta peraturan yang disepakati serta disahkan (Aldy, et al, 2017). Beberapa hal mendapalam yang perlu dilakukan pada beberapa aspek kelayakan bisnis yaitu, aspek pasar dan pemasaran, aspek tehnik dan teknologi, aspek manajemen, aspek SDM, aspek ekonomi, sosial dan politik, aspek yuridis, aspek lingkungan hidup, dan aspek finansial.

Aspek pasar dan pemasaran adalah salah satu penilaian yang cukup penting dalam menilai kelayakan suatu bisnis. Pasar merupakan suatu tempat berkumpulnya para penjual yang hendak menawarkan barang ataupun jasa kepada para pembeli yang memiliki keinginan serta kemampuan untuk membeli sampai terjadinya kesepakatan transaksi atas kepemilikan barang ataupun kenikmatan jasa (Suwinto Johan, 2011). Dalam hal ini, gagasan proyek biasanya timbul kerana pemilik gagasan melihat adanya kesempatan pasar yang masih terbuka. Tidak

sedikit proyek yang gagal, oleh karena mengabaikan aspek pasar terutama dalam proyek-proyek yang dibangun karena sebuah alasan politis, *pretise* serta bukan alasan ekonomi. Sehingga, sangatlah penting dalam mengandalkan analisis dan juga penilaian terhadap aspek pasar dengan sebaik-baiknya agar biaya yang dikeluarkan tidak akan sia-sia (Sugiyanto, et al, 2020). Setelah ditentukan pasar yang tepat, kemudahan adalah aspek pemasaran dengantiga kegiatan besar yakni penetapan segmen, target, dan posisi produk pada pasar, kajian untuk mengetahui hal-hal utama dari konsumen potensial serta menentukan strategi, kebijakan dan program pemasaran.

Selain itu, diperlukan juga aspek teknik dan teknologi. Dalam hal ini ditentukan pilihan dan perencanaan produk yang akan diproduksi. Dalam kegiatan ini, diperlukan ide-ide produk, kemudian menyeleksi untuk menentukan ide produk yang paling teapat. Selanjutnya, membuat desain produk awal, lanjutan dengan membuat *prototype* serta mengujinya (Tim Penyusun, 2020).

Aspek manajemen-pun sangat diperlukan dalam sebuah perencanaan. Dalam hal ini juga dipelajari hal-hal yang berkaitan dengan rencana pengelolaan serta pelaksanaan sebuah bisnis (Rangkuti, 2012). Fungsi-fungsi manajemen yakni meliputi, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Kasmir & Jakfar, 2015). Adapun dalam menganalisis aspek-aspek manajemen menurut Dadang Husen (2018), terdapat beberapa unsur yang harus dianalisis, yaitu:

1. Kepemilikan, bentuk kepemilikan perusahaan sebaiknya dipilih yang tidak beresiko terlalu tinggi dan menguntungkan
2. Organisasi, organisasi perusahaan harus tepat dan efisien
3. Tim manajemen, bisnis merupakan skala besar, sebaiknya dibentuk tim manajemen yang solid
4. Karyawan, harus disesuaikan dengan jumlah dan kualifikasi yang diperlukan

Sumber daya manusia juga merupakan aspek yang diperlukan, guna menjadi sebuah hal yang cukup penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Aspek ini menjadi penting dilakukannya sebuah analisis, sebab dalam menjalankan sebuah organisasi, divisi satu dengan yang lainnya telah mempunyai keterikatan hubungan kinerja (Nurjanah, 2013). Pada aspek ini perusahaan harus mampu merencanakan kebutuhan SDM dan mengembangkan SDM yang ada. Karena sehebat apapun seseorang, seberapa banyak pun pengetahuan yang dimiliki, selalu saja ada kesempatan yang bisa dilakukan untuk mengembangkan diri, karena dunia berubah dengan cepat, pengetahuan berkembang, teknologi juga cepat berubah. Sehingga, perusahaan harus terus mendorong SDM-nya untuk belajar dan mengembangkan diri (Syafrizal Helmi, 2017). Sebab, keberhasilan dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha, ditentukan dengan bagaimana kemampuan pelaku bisnis dalam mengelola bisnisnya (Rinofah & Soni, 2016).

Sejalan dengan hal tersebut, aspek lingkungan juga perlu dikaji. Menurut Suliyanto (2010) dalam Widra dan Felix (2019), suatu ide bisnis disebut layak berdasarkan aspek lingkungan, apabila kondisi lingkungan tersebut telah sesuai dengan kebutuhan bisnis, sehingga

bisnis tersebut akan memberikan manfaat yang besar jika dibandingkan dengan dampak negatifnya di wilayah tersebut.

Selanjutnya aspek ekonomi, sosial dan politik juga menjadi urgen dalam usaha pendirian sebuah bisnis. Dalam hal ini diperlukan juga untuk mengidentifikasi keadaan ekonomi, sosial dan politik pada wilayah pembangunan rencana bisnis, untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis yang akan dibangun.

Selain itu, Ketentuan hukum yang ada dalam aspek yuridis juga harus mampu memenuhi persyaratan-persyaratan perihal perizinan pada wilayah bisnis, sehingga ide bisnispun harus sesuai dengan ketentuan yuridis ini. Aspek hukum meliputi segala hal yang berkaitan dengan hukum yang harus dipenuhi sebelum dijalankannya sebuah usaha (Luckas & Maria, 2017). Aspek ini juga diperlukan dalam mengkaji dokumen-dokumen yang telah dan akan dimiliki dari badan usaha (Sutika, et al, 2017). Sehingga, diharapkan dukungan sebuah pendirian usaha ini datang, baik dari asosiasi pengusaha, CSR, Perguruan Tinggi, dinas atau instansi yang terkait dengan hal tersebut di lingkungan kota, kabupaten, ataupun provinsi (Hamid & Susilo, 2011).

Aspek terakhir yang harus dibangun adalah aspek finansial. Sofyan (2004) dalam Abidatul Afiyah (2015), mengungkapkan bahwa sebuah analisis finansial merupakan suatu kegiatan untuk dilakukan sistem penilaian terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang disepakati pada tahapan analisis usaha. Adapun hal-hal yang dibahas dalam aspek finansial yakni, sumber dana dan penggunaannya, pendapatan, biaya usaha, modal kerja, dan aliran kas atau arus kas (*cash flow*). Tujuan dari aspek finansial ini yakni menentukan rencana investasi yang dibangun melalui perhitungan biaya-biaya serta manfaat yang telah diharapkan, dengan melakukan perbandingan antara pengeluaran dan pendapatan (Bayu Wardana, 2017).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini berisis gambaran mengenai lokasi perusahaan berada serta kelayakan usaha yang ditinjau dari berbagai aspek tertentu.

Fokus penelitian ini yakni meliputi:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran
2. Aspek Teknik dan Teknologi
3. Aspek Manajemen
4. Aspek SDM
5. Aspek Ekonomi, Sosial, dan Politik
6. Aspek Lingkungan Hidup
7. Aspek Finansial

Lokasi penelitian studi kelayakan bisnis ini dilakukan di Komplek Bumi Sari Indah 1, Blok I No. 29 Kelurahan Manggahang, Baleendah, Kabupaten Bandung.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar Dan Pemasaran

1. Bentuk Pasar

Dalam memasarkan produk ini, tujuan pasar yang akan dimasuki ada 2 bentuk pasar, yaitu:

a. Pasar produsen

Pada kategori pasar ini, yang menjadi target adalah pasar dengan persaingan sempurna, yang dapat menjalankan dari berbagai pihak.

b. Pasar konsumen

Pada pasar konsumen yang dipilih adalah pasar konsumen serta pasar *reseller*, sebab produk ini selain dapat dibeli untuk kepentingan pribadi juga dapat dijual kembali.

2. Mengukur dan Meramal Permintaan

Diasumsikan :

Jumlah toko aksesoris di Komplek Bumi Sari Indah (BSI) 1, Baleendah = 3 toko

Jumlah pembeli tiap-tiap toko/hari = 5 orang

Jumlah pembeli di pasar = 40 orang x 30 hari x 12 bulan = 14.400 orang

Harga rata-rata = Rp 30.000

Jumlah yang dibeli oleh rata-rata pembeli/ tahun = 300 buah

Berdasarkan data yang didapatkan, maka diketahui total permintaan pasar selama satu tahun, dengan menggunakan rumus:

$$Q = n \times p \times q$$

$$Q = 14.400 \text{ orang} \times \text{Rp}30.000 \times 300 \text{ buah}$$

$$Q = \text{Rp}129.600.000.000$$

3. Meramal Permintaan Mendatang

Berdasarkan perhitungan dari jumlah rata-rata pengunjung perhatinya, serta rata-rata pendapatan dari tiap perkunjungan, maupun jumlah pelanggan baru dan besarnya pesanan yang diterima, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini dapat mengalami kemajuan untuk setiap tahunnya.

4. Segmentasi, Target dan Posisi di Pasar

a. Segmentasi

Berdasarkan wilayah pemasaran, sikap dan kemampuan konsumen, yang akan menjadi segmen pemasaran produk ini adalah masyarakat yang ada di Jawa Barat.

b. Target

Setelah menentukan segmentasi pasar, maka yang akan dijadikan target pemasaran produk ini adalah pria dan wanita yang tinggal di daerah kabupaten Bandung dengan kisaran usia antara 12-40 tahun. Produk ini banyak diminati oleh masyarakat baik yang tinggal di kota maupun di daerah-daerah, sebab produk ini mempunyai nilai kegunaan dan juga kepuasan karena keunikan, kualitas, kuantitas produk, yang dapat mengikuti selera pemakainya.

c. Posisi

Jika dilihat dari keunggulan yang dimiliki produk tersebut, baik dari bahan baku yang berkualitas baik maupun desain yang unik serta diferensiasi dari produk pada satu jenis

dan keragaman dari produk yang dihasilkan melalui produksi yang baik pula, yang dapat mengikuti selera konsumen, maka posisi dari produk ini adalah produk dengan kualitas tinggi yang akan disukai oleh target dari pemasaran yang dilakukan.

5. Analisis Persaingan

Analisis persaingan dilakukan dengan analisis SWOT, yaitu:

a. *Strength*

- Memiliki Sumber daya manusia dengan kualitas tinggi, terampil serta inovatif
- Didukung dengan teknologi yang handal
- Lokasi berada pada tempat yang strategis
- Layanan yang memuaskan

b. *Weak*

- Karena usaha ini sudah banyak di kabupaten Bandung, maka jumlah pesaing menjadi banyak

c. *Oportunity*

- Potensi cukup besar karena masyarakat kabupaten Bandung menyukai produk ini, sebab produk ini didesain sesuai dengan selera dan berkualitas

d. *Threat*

- Krisis ekonomi dan menurunnya daya beli masyarakat
- Munculnya pesaing modal yang kuat
- Munculnya pesaing dengan kualitas yang lebih baik

6. Bauran Pemasaran

a. Faktor Harga

Dalam usaha aksesoris ini harga produk yang ditawarkan berkisar antara Rp. 2.000,- sampai dengan Rp. 300.000,- dengan kualitas baik pada setiap produknya.

b. Faktor Produk

Target yang dituju dalam usaha ini adalah pria dan wanita dengan kisaran usia 12 hingga 40 tahun, maka produk yang dihasilkan akan didesain dengan gambar dan bentuk yang unik, warna yang *trend*, dan bisa *request* sesuai selera dan keinginan dari konsumen. Sehingga dalam meningkatkan daya saing, maka perlu dilakukan efisiensi terhadap kegiatan produksi (Hidayat, 2012).

c. Faktor Promosi

Untuk memudahkan pelaksanaan penjualan, dilakukan usaha promosi. Upaya yang telah dilakukan yakni strategi pengiklanan yang baru terbatas pada pembuatan brosur dan pamflet yang disebar ke sekolah-sekolah, tempat-tempat bimbingan belajar dan juga via internet.

Untuk dapat meningkatkan ketertarikan dari tiapkonsumen, maka diperlukan juga strategi publisitas dengan baik, sehingga akan dapat menunjang strategi promosi lainnya yang akan direncanakan. Kegiatan tersebut merupakan keikutsertaan seperti dalam *event-event* lokal. Berikut program periklanan yang direncanakan secara terperinci:

- 1) Pada tahun pertama promosi yang dilakukan sangat gencar, yaitu dengan menyebarkan poster, pamflet, dan brosur di kabupaten Bandung dan via internet.

- 2) Pada saat pelaksanaa *grand opening*, maka langkah yang dilakukan adalah dengan memberikan harga promosi guna menarik pelanggan untuk dapat berlangganan.
- 3) Pada tahun berikutnya, promosi tetap dilakukan dengan tidak berbeda dari tahun pertama. Hanya saja pada kuantitasnya yang dikurangi.

d. Faktor Distribusi

Dalam pendistribusian produk dilakukan dengan transportasi darat.

Aspek Teknik Dan Teknologi

1. Pemilihan dan Perencanaan Produk

Dalam membuat produk aksesoris agar yang dihasilkan berbentuk unik dengan kualitas baik, maka dibutuhkan bahan baku dengan kualitas baik juga serta didukung dengan kreatifitas dan inovasi dari para karyawan. Apapun aksesoris yang diproduksi adalah tas, dompet, bros, tempat hp, gelang tangan, gantungan hp, boneka, bantal, dan lain-lain. Selain memproduksi sendiri, juga disediakan orderan dari luar kota seperti Cirebon, Kota Bandung dan Jakarta, mengingat harga yang juga lebih terjangkau.

2. Pemilihan Teknologi

Dalam pembuatan aksesoris yang diproduksi ini didukung dengan teknologi yang sederhana, namun tetap berkualitas baik, yakni dengan kejelian dan kekreatifan tangan para tenaga kerja serta dengan mesin jahit yang sudah disokong listrik.

3. Perencanaan Jumlah Produksi

Jumlah produksi yang direncanakan dengan didukung oleh teknologi yang digunakan, maka dapat diperkirakan akan dapat menghasilkan dua kali lipat jika dibandingkan dengan menggunakan mesin manual yakni sekitar 50 buah.

4. Perencanaan Tata Letak Ruangan

Dalam merencanakan tata letak ruangan pada sebuah bisnis tentu menjadi hal yang cukup *urgan*, kendati demikian berkaitandengan kegiatan operasional sebuah perusahaan yang cukup bersinergi dengan pendapatan usaha. Oleh sebab itu, tata letak toko dan operasional diletakkan terpisah, namun tetap berdekatan, agar kinerja para karyawan tetap terawasi.

5. Pengawasan Kualitas

Selain pengawasan pada tenaga kerja, pun demikian perlu adanya pengawasan terhadap kualitas produk, proses produksi dan permesinan untuk meninjau hal-hal yang diluar kendali yang harus segera diperbaiki, agar tidak terjadipenghambatan dalam pelaksanaan.

Aspek Manajemen

1. Perencanaan (*Planning*)

Aspek perencanaan merupakan bagian awal yang harus dikaji. Pada aspek ini memiliki 3 hal yang harus diperhatikan, yakni (1) pendekatan yang dibuat harus berdasarkan pendekatan campuran; (2) fungsi perencanaan dan tujuan perencanaan harus diperhatikan; dan (3) memperhatikan bentuk perencanaan jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Hal ini dilakukan agar *omset* terus meningkat.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pembentukan organisasi juga perlu dibuat, hal ini diperlukan agar target yang ditetapkan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Adapun organisasi yang dibentuk, memerlukan 4 divisi, yakni divisi produksi, divisi keuangan, divisi pemasaran dan divisi pembelian.

Pembuatan organisasi ini akan dapat mempermudah dalam pembagian tugas yang menjadi tanggungjawab masing-masing pengemban tugas. Pada divisi produksi, mereka dapat menjalankan kegiatan produksi atau proses menghasilkan barang dengan kegiatan menjahit serta mendesain produknya. Adapun pada divisi keuangan adalah melakukan pencatatan atas segala kegiatan baik terhadap aliran kas dan aliran persediaan barang. Pada divisi ini juga sekaligus menjadi kasir toko. Divisi pemasaran mempunyai tugas untuk memasarkan produk baik itu produk yang dijual oleh toko ataupun mengantarkan pesanan konsumen. Pada divisi ini juga mereka melakukan kegiatan promosi besar-besaran kepada masyarakat. Sedangkan divisi pembelian yakni bertugas melakukan kegiatan pembelian bahan baku dan sarana yang dibutuhkan dalam kegiatan yang dilakukan.

Sehingga bentuk organisasi yang dijalankan dalam usaha ini adalah organisasi garis, dengan ciri:

- a. Jumlah karyawan yang terbatas
- b. Organisasi yang relatif kecil
- c. Karyawan yang sudah saling mengenal
- d. Spesialisasi kerja masih cukup rendah

Aspek Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang dicanangkan berdasarkan penentuan kualitas serta kuantitasnya, maka digunakan sistem perencanaan *top-down* yang telah dan akan disesuaikan dengan rencana keseluruhan dari perusahaan, yang disiapkan pula untuk jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjangnya.

Tahapan awal dalam merencanakan tenaga kerja adalah sejumlah 6 orang, dengan rincian sebagai berikut:

- | | |
|---------------------|---|
| a. Manager | : 1 orang dengan upah minimum @ Rp350.000 |
| b. Divisi Produksi | : 1 orang dengan upah minimum @ Rp300.000 |
| c. Divisi Keuangan | : 1 orang dengan upah minimum @ Rp300.000 |
| d. Divisi Pemasaran | : 1 orang dengan upah minimum @ Rp300.000 |
| e. Divisi Pembelian | : 1 orang dengan upah minimum @ Rp300.000 |

2. Kompensasi

Kompensasi akan diberikan kepada masing-masing karyawan saat terjadi peningkatan penjualan yang dapat terjadi pada waktu tertentu. Adapun besarnya kompensasi yakni sebesar 10% dari laba yang diperoleh, guna untuk meningkatkan kinerja para karyawan.

3. Keselamatan kerja

Keselamatan kerja karyawan sangatlah penting untuk diperhatikan, hal ini sejalan dengan keefektifan dan keefisienan kinerja para karyawan dalam meningkatkan produktivitas.

Sehingga, pada aspek keselamatan kinerja ini diberikan waktu libur sebanyak satu hari untuk setiap minggunya kepada tiap karyawan.

Aspek Ekonomi, Sosial Dan Politik

1. Dampak Ekonomi

Pembentukan dan pendirian aksesoris dan kado ini diharapkan dapat berdampak positif terhadap struktur ekonomi masyarakat, terutama masyarakat yang berada disekitar lingkungan pusat pendirian toko. Hal ini bisa dirasakan dari meningkatnya penghasilan karyawan. Hal tersebut terlihat dari pendapatan rata-rata yang diterima karyawan yang akan terus mengalami peningkatan dengan gaji yang diterima serta adanya tambahan upah daribonus-bonus yang diberikan sesuai kesepakatan kerja.

2. Dampak Sosial

Pendirian toko aksesoris dan kado yang beralamat di Komplek Bumi Sari Indah 1, Blok I No. 29 Kelurahan Manggahang, Baleendah, Kabupaten Bandung ini akan memberikan produk dan jasa kepada seluruh kalangan masyarakat baik dari anak-anak sampai orang dewasa. Adanya rencana pendirian bisnis toko ini, diharapkan akan mampu memberikan peluang untuk penyerapan tenaga kerja langsung di area lokasi pusat pendirian bisnis ini. Selain itu, peningkatan terhadap kreativitas para generasi milenial baik yang berada dilingkungan bisnis ataupun diluar lingkungan bisnis . Hal tersebut menjadi salah satu program yang dapat membantu program pemerintah dalam aspek penanggulangan masalah keterbatasan lapangan pekerjaan serta masalah ketenagakerjaan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Bisnis pendirian toko aksesoris dan kado ini diharapkan akan mampu membawa perubahan pada tingkat pengetahuan serta perilaku kehidupan teruntuk para karyawan maupun bagi masyarakat yang berada di sekitar lokasi pendirian toko aksesoris dan kado. Adapun tingkat perubahan pada para karyawan dapat dilihat atas kemahiran dan kelihaian karyawan dalam menjalankan tugasnya, baik itu dalam pengelolaan bisnis, pengoperasionalan alat kerja dengan kreativitas masing-masing karyawan. Dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat menambah kemahira para karyawan, sehingga secara langsung ataupun tidak, jasa ini akan dapat diikuti dalam usaha meningkatkan keterampilan masyarakat.

Aspek Yuridis

Dalam menjalankan bisnis usaha ini, makaperlu dilakukan upaya permohonan izin kepada petugas Pemerintah Daerah setempat, baik itu RT dan RW, kemudian pada tingkat Kelurahan sebagai lembaga yang berhak menangani hal demikian. Hal tersebut dimaksudkan agar adanya kekuatan hukum, yang diarahkan terhadap suatu badan usaha atas pendirian toko aksesoris dan kado akan didirikan.

Aspek Lingkungan Hidup

Proses pendirian toko aksesoris dan kado yang akan digarap di Komplek Bumi Sari Indah (BSI) 1, Blok I No.29 Kelurahan Manggahang, Baleendah, Kabupaten Bandung ini telah sesuai dengan alternatif yang terbaik berdasarkan analisis lokasi yang telah dilakukan baik itu secara langsung ataupun tidak yang akan dapat mempengaruhi masyarakat sekitar lingkungan yang berada disekitar lokasi pendirian toko aksesoris dan kado dengan ekonomi masyarakat tersebut. Pun demikian, bisnis yang dijalankan merupakan bisnis yang ramah lingkungan, hal tersebut sejalan dengan perkembangan bisnis yang cukup pesat dan tingkat kemungkinan di masa yang akan datang, serta kesadaran akan adanya kemungkinan terjadinya dampak terhadap lingkungan. Sehingga dari kebijakan tersebut diharapkan dapat terlaksana dengan meminimalisir kerusakan dan pencemaran lingkungan hidup atas kegiatan bisnis yang dijalani.

Aspek Finansial

1. Rencana Keuangan

Pada aspek perencanaan keuangan ini mencakup segala sesuatu perihal keuangan sebuah perusahaan, yang meliputi pendapatan serta biaya-biaya investasi pada awal perusahaan dibangun hingga rencana pendapatan pada bulan-bulan berikutnya, hingga perencanaan pada 12 bulan ke depan.

2. Rencana Kebutuhan Keuangan

Selain perencanaan keuangan, juga perlu diperhatikan rencana kebutuhan keuangan dengan tujuan agar dapat merangkum secara detail biaya yang dibutuhkan dalam pengembangan dan operasional sebuah bisnis, serta dapat memproyeksikan kebutuhan pendanaan dan keuntungan yang diharapkan. Dalam prakteknya, sebuah toko aksesoris dan kado sangat membutuhkan modal yang cukup besar, hal tersebut dialokasikan pada perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan, serta investasi awal yang cukup menyumbangkan nominal yang tidak sedikit.

D. KESIMPULAN

Dari analisis yang komprehensif perihal usaha aksesoris dan kado maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Mengingat persaingan dengan usaha yang sejenis masih *relative* rendah khususnya di daerah Komplek Bumi Sari Indah 1, Baleendah, Kabupaten Bandung karena sebagian besar toko-toko aksesoris terpusat di daerah pasar, sehingga terdapat peluang pasar yang luas bagi toko-toko sejenis untuk membuka usaha.
2. Pemasaran yang direncanakan oleh toko aksesoris dan kado ini telah sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat Kabupaten Bandung. Selain itu juga, toko aksesoris dan kado ini telah dilengkapi dengan fasilitas pemasaran melalui internet, sehingga akan dapat memudahkan bagi pelanggan maupun calon pelanggan dalam rangka membeli produk sesuai dengan selera pelanggan, terutama bagi daerah yang cukup jauh diluar jangkauan lokasi utama.
3. Mengenai masalah teknologi, digunakan mesin jahit biasa karena jumlah produksi disesuaikan dengan permintaan sehingga mesin jahit yang dimiliki sebanyak dua buah.

ARTIKEL

4. Bisnis usaha ini akan terlaksana dengan baik jika terjadi kesinambungan yang baik antara latar belakang keuangan, pemasaran yang kuat serta adanya tenaga administrasi dan sumber daya manusia yang berkualitas.
5. Investasi pendanaan relatif kecil, namun dapat menghasilkan *cashflow* yang cukup besar, karena penanam modal hanya perlu menanamkan modalnya sekali saja, pun dengan dana hutang, maka dapat diperkirakan akan terlunasi dalam jangka waktu kurang dari dua tahun.
6. Pencemaran lingkungan dalam bisnis ini relatif rendah, bahkan dapat dikatakan tidak ada, sebab limbah dari hasil produksi yang berupa sampah kering ini masih dapat digunakan.
7. Dari beberapa aspek yang termasuk didalam penelitian ini, seperti pada aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen, SDM, finansial, ekonomi, sosial dan politik, lingkungan hidup, lingkungan industri, maka bisnis aksesoris dan kado ini dapat dinyatakan layak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, A., Muhammad S., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23 (1), 1-11.
- Aldy, P.R., Riawan & La Ode S. (2017). Studi Kelayakan Bisnis. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Amalia, Winda & Miftahul Choiron. (2017). Studi Kelayakan Usaha dan Daya Saing pada Industri Tepung Tapioka di Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal JSEP*, 10 (2), 51-57.
- Ardianto T. Lucas & Maria A. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard di Mal Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (6), 746-754.
- Hajar K. Siti & Dicky Hidayat. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Konten Kreatif di Kota Bandung (Studi Kasus: PT Akses Nusa Karya INFRATEK). *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri*, 4 (1), 7-15.
- Hamid, E. S. & Susilo Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12 (1), 45-55.
- Harahap, Sunarji. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Haris, I. A., Achmadi, R., Kartika, R., Zein, S. F., Rahmadini, S., Hanita, S., & Yusuf, Z. Z. (2020). Pengaruh Rekrutmen, Pelatihan Dan Pengembangan Terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Danamon Indonesia Tbk. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(3), 56-74.
- Herlianto, Didit & Triani Pujiastuti. (2010). Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, A. A. (2012). Efisiensi Produk Kain Batik Cap. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13 (1), 79-95.
- Indiyati, D., Ghina, A., & Romadhona, A. F. (2021). Human Resource Competencies, Organizational Culture, and Employee Performance. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 1-10.
- Irsan. (2020). Analisis Studi Kelayakan Usaha Rumah Burung Walet di Kecamatan Lalan Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah (JIAR)*, 3 (2), 52-65.

ARTIKEL

- Ismail, Shalahudin, Suhana & Eri H. (2020). Kompetensi Guru Zaman *Now* dalam Menghadapi Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Atthulab: Islamic Religion Teaching & Learning Journal*, 5 (2), 198-209.
- Johan, Suwinto. (2011). Studi Pengembangan Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir & Jakfar. (2015). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kristian, Widra & Felix Indrawan. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11 (2), 379-400.
- Nurjaman, K., Mustajam, A., Syaifuddin, S., Lubis, Y., & Abadi, Y. (2020). Meningkatkan Kinerja Perusahaan Dengan Menerapkan Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik Dalam Menyongsong Persaingan Global. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 73-82.
- Nurjanah, Santi. (2013). Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta. *Journal the Winners*, 14 (1), 20-28.
- Nurwulandari, A., Hasanudin, H., & Melati, M. (2021). Market Reactions on Corporate Actions in Growing and Nongrowing Energy Consuming Companies. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(3), 290-295.
- Purwana, Dedi & Nurdin Hidayat. (2016). Studi Kelayakan Bisnis. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Putra, B.W., Endang C., & Budi P. (2017). Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Baru Untuk Penjualan dan Perbaikan Sound System di Kota Bekasi. *Jurnal e-proceeding of engineering*, 4 (2), 2828-2834.
- Rangkuti, F. (2012). Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rinofah, Risal & IGN Soni K. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Warung “Burjo” (Studi Kasus di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta). *Jurnal IKB*, 19 (10), 1-11.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. (2017). Studi Kelayakan Bisnis. Medan: USU Press.
- Sobana, Dadang Husen. (2018). Studi Kelayakan Bisnis. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyanto, Luh N & I Ketut.W. (2020). Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Mengetahui Bisnis Dapat Dijalankan atau Tidak. Banten: YPSIM Banten.
- Sulastri, L., & Uriawan, W. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Pegawai Di Era Industri 4.0. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 43-49.
- Sulastri, Lilis. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha. LGM: LaGood’s Publishing.
- Suryana. (2003). Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutika, K., G. B. Wiksuana & Luh G. S. (2017). Studi Kelayakan Pembangunan Pusat Pembelajaran Cokroaminoto. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6 (2), 789-818.
- Tim Penyusun. (2020). Pedoman Study Kelayakan Bisnis. Malang: STIE Koperasi Malang.
- Walls, P. J. (2021). Investing In Human Capital: Achieving Organizational Competitiveness Through Gamification. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 4(1), 1-7.
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka’s Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1061-1099.
- Yanuar, Dony. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-Kombisi*, 2 (1), 41-51.

