

# Analisis Kelayakan Pendirian Cabang Baru Usaha Rajut Karimake di Kota Bandung

<sup>1</sup>Laura Suzana H T, <sup>2</sup>Endang Chumaidiyah, <sup>3</sup>Rio Aurachman

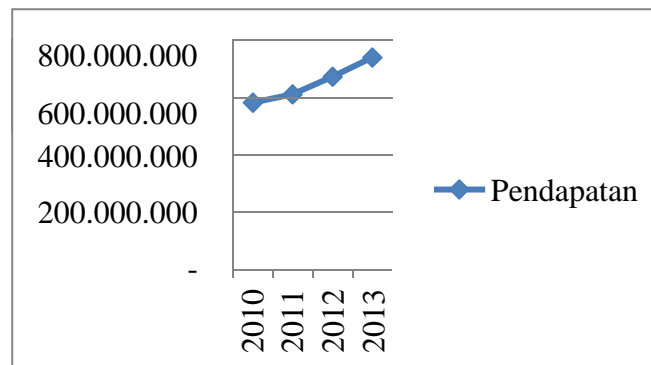
<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

<sup>1</sup>laurasuzana91@gmail.com, <sup>2</sup>endangchumaidiyah@yahoo.co.id, <sup>3</sup>rio\_aurachman@yahoo.com

## I. PENDAHULUAN

Kota Bandung memiliki banyak sekali industri kreatif yang dijalankan oleh penduduk setempat, terutama dalam hal *fashion*, kota ini sering disebut “kota mode”. Bandung menjadi cukup istimewa karena memiliki banyak pengrajin dan sentra industri baik kuliner maupun pakaian jadi atau alas kaki seperti contohnya sentra industri sepatu Cibaduyut, sentra industri rajutan Binong Jati, sentra industri jeans Cihampelas dan sentra industri lainnya yang memiliki banyak unit usaha.

Karimake adalah salah satu UMKM yang ada di Kota Bandung yang bergerak dalam industri pakaian rajut, tepatnya berada di Jalan Binong Jati, gang masjid No. 28, Kecamatan Batununggal. Karimake merupakan sebuah *home industry* pakaian rajut konvensional yang telah merambah ke pemasaran retail, dimana pemilik Karimake adalah beberapa pemuda yang berasal dari sentra industri rajut Binong Jati yang telah ada sejak tahun 1960. Berikut adalah jenis produk beserta rentang harga yang diproduksi oleh *Home Industry* Karimake :



Gambar I.1 Perkembangan Pendapatan Karimake Binong Jati

Dari Gambar I.1, diperoleh keterangan bahwa setiap tahunnya ada peningkatan pendapatan yang diperoleh pemilik usaha rajut Karimake Binong Jati. Pada tahun 2010 pendapatannya sebesar Rp 582.504.000,- dan pada tahun 2011 pendapatan meningkat menjadi sebesar Rp 611.629.200,- sehingga terjadi peningkatan pada 2010-2011 sebesar 5%. Pada tahun 2012 pendapatan masih meningkat menjadi sebesar Rp 672.792.100,- dan peningkatan itu sebesar 10% pada tahun 2011-2012. Dan terakhir pada tahun 2013, Karimake memperoleh pendapatan sebesar Rp 740.071.300,- sehingga untuk tahun 2012-2013 terjadi kenaikan sebesar 10%. Data tersebut membuktikan bahwa usaha ini memiliki potensi yang cukup baik dalam pengembangannya yang dimulai dari pembukaan cabang baru.

Usaha rajut Karimake saat ini adalah merupakan industri rumahan (*home industry*) yang dikelola oleh beberapa pemuda dan pemudi dari salah satu sentra industri di Kota Bandung, yaitu Sentra Industri Binong Jati. Pertumbuhan pendapatan usaha rajut Karimake dari tahun 2010 - 2013 mengalami peningkatan, dimana pada awalnya perusahaan ini belum bernama “Karimake”. Peningkatan penjualan dan besarnya dorongan pemerintah menyebabkan pemilik usaha berencana membuka sebuah toko yang lebih layak karena kondisi di toko yang saat ini ada kurang dapat dijangkau oleh konsumen Karimake. Bantuan pemerintah terhadap Sentra Industri Binong Jati dalam proyek *showroom* dimanfaatkan oleh masyarakat Binong Jati untuk membuat suatu tempat wisata Rajut di dalam kecamatan Binong Jati. Hal ini membuka kesempatan bagi pemilik usaha membuka toko beserta produksi di kawasan wisata nantinya. Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data dari Kuesioner, produk yang akan dipasarkan Karimake dengan persentase dari pasar potensial untuk produk rompi rajut adalah sebesar 80,15%, produk *cardigan* sebesar 71,69%, oblong rajut sebesar 75,4%, dan *sweater* sebesar 77,9%. Persentase untuk pasar tersedia produk rompi rajut adalah sebesar 80,28%, produk *cardigan* sebesar 81,03%, oblong rajut sebesar 73,17%, dan *sweater* sebesar 76,42% dimana perhitungan ini didasarkan dari responden yang berminat terhadap produk-produk tersebut. Pasar sasaran untuk masing-masing produk adalah *sweater*, rompi rajut, dan oblong rajut sebesar 0,3%, serta *cardigan* sebesar 0,15% dari pasar tersedia. Adapun pengeluaran yang ada di dalam aspek *financial*, seperti kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan,

biaya operasional, *income state*, *cashflow* dan *balance sheet* yang digunakan menghitung investasi, seperti *Pay Back Period* (PBP), *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR) dengan masa periode yang ditetapkan untuk proyeksi keuangan adalah 5 tahun. Perhitungan *Pay Back Period* (PBP), *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR) dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari tingkat nilai investasi. Hasil perhitungan nilai tingkat investasi yaitu NPV sebesar Rp177.813.052, IRR = 28,84% dan PBP = 2,286 tahun. Pendirian toko dan penambahan variasi produk Karimake dinyatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR dan NPV bernilai positif.

**Kata kunci:** Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, Karimake, Binong Jati, Rajut.

Kebanyakan pemilik usaha rajut di Binong Jati bersepakat membuat Kelurahan Binong Jati menjadi tempat wisata rajut di Kota Bandung dengan membuat salah satunya gedung *showroom* khusus rajut diperuntukan bagi wisatawan dan warga Bandung yang ingin berbelanja pakaian rajut dan belajar merajut, maka pembukaan cabang dilakukan di kelurahan Binong Jati. Akses gedung tersebut rencananya memanfaatkan sebuah gedung serba guna yang berada di Jl. Binong Jati No. 135 beserta lahan kosong dan persawahan dengan perkiraan luas sebesar 6.000 m<sup>2</sup> lebih sehingga perlu adanya masukan rancangan bagaimana tata letak cabang baru nantinya di dalam *showroom* tersebut. Dengan sumbangan dari presiden yang semakin membuka kesempatan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya.

Dari studi kelayakan yang dibuat ini dapat dilihat bagaimana prospek pemasarannya hingga perhitungan matematis mengenai modal awal dan proyeksi penerimaan, sehingga pemilik usaha rajut Karimake dapat mengetahui bagaimana prospek pengembangan usaha kedepannya. Apakah pengembangan dengan membuka cabang baru di sebuah gedung wisata rajut dapat mendatangkan *income* atau *profit* bagi pemilik usaha dan perluasan pasar dapat membuat industri rajut Binong Jati banyak dikenal, sehingga pengembangan usaha tersebut dapat dijalankan serta mampu bersaing dan bertahan menghadapi para kompetitornya. Juga keadaan toko yang saat ini terletak di tempat yang sulit untuk dijangkau sehingga perlu untuk penataan letak yang baik agar mudah menjangkau konsumen. Nantinya studi kelayakan pembukaan cabang baru dapat menjadi perbandingan dengan yang sudah ada sekarang atau menjadi pertimbangan dalam pembukaan cabang baru, yaitu di Kelurahan Binong Jati.

digunakan dalam penelitian dengan ringkas dan terstruktur. Ruang lingkup yang digunakan berfokus pada pendirian cabang baru Usaha Rajutan Karimake yang bertujuan untuk dapat diperolehnya keuntungan secara *financial* dalam menjalankan usaha dan manfaat bagi sekitarnya. Dikemukakan bahwa analisis kelayakan yang selanjutnya dilakukan pada penelitian ini dimulai dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, analisis sensitivitas dan analisis resiko usaha.

Dalam aspek pasar, dijabarkan mengenai pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran. Tujuannya adalah untuk mengetahui jumlah permintaan produk usaha yang harus dipenuhi karena angka tersebut akan menjadi bagian penting dalam langkah perencanaan selanjutnya. Aspek pasar juga bertujuan untuk pembuatan strategi pemasaran produk yang tepat dalam menarik konsumen. Pasar potensial telah dibahas di bab sebelumnya adalah nilai maksimum konsumen yang dapat ditarik dari pasar. Pasar tersedia adalah jumlah konsumen yang memiliki minat, daya beli dan akses pada produk. Dan setelahnya dapat ditentukan pasar sasaran, yaitu konsumen yang akan dilayani oleh usaha dalam penelitian ini. Dari pengukuran pada ketiga komponen tersebut diperoleh perkiraan/estimasi permintaan konsumen terhadap produk usaha.

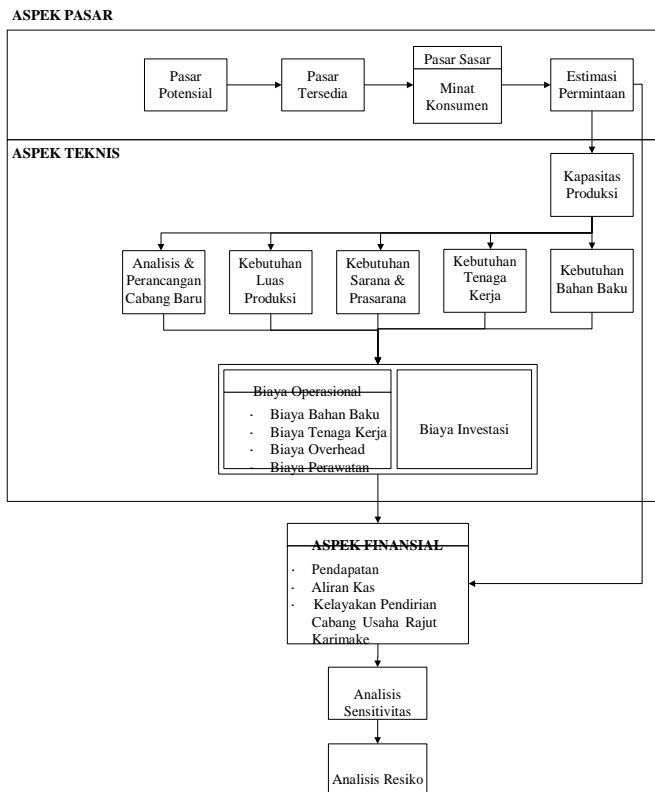
Dalam aspek teknis, angka perkiraan permintaan yang sebelumnya telah diperoleh dapat digunakan untuk menentukan berbagai macam kebutuhan usaha/cabang yang didirikan, seperti kebutuhan bahan baku, kebutuhan tenaga kerja, kebutuhan luas lahan usaha dan kebutuhan sarana prasarana. Tujuan aspek teknis tersebut adalah bagaimana usaha/cabang dapat memenuhi estimasi permintaan. Pada aspek teknis akan dilakukan analisis dan perancangan

toko/cabang baru perusahaan Karimake, dimana diasumsikan bahwa gedung tempat toko/cabang baru nantinya berada ini sudah dibangun untuk memudahkan penelitian. Juga dianalisis dari segi akses gedung termasuk toko Karimake dengan kedekatan dengan konsumen dan lain sebagainya. Analisis dan perancangan tersebut bertujuan untuk meneliti dan memberi masukan rancangan yang baik bagi pemilik usaha. Sehingga aspek teknis nantinya akan menghasilkan biaya investasi dan biaya operasional.

Biaya-biaya yang dihasilkan dalam perhitungan aspek teknis selanjutnya digunakan untuk mengolah aspek finansial. Aspek finansial memiliki tujuan untuk menentukan apakah usaha layak atau tidak layak dengan menggunakan metode NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate Return*) dan PP (*Payback Period*). Dari penelitian dengan menggunakan aspek finansial, dapat diketahui pendapatan yang akan diperoleh jika Usaha Rajutan Karimake sudah didirikan, berapa lama pengembalian investasi yang ditanamkan serta pendapatan jika produk baru telah dipasarkan.

Setelah dinyatakan layak dengan menggunakan aspek finansial, maka langkah selanjutnya adalah menguji sensitivitas dan menganalisis resiko dari variabel-variabel yang mempengaruhi perubahan investasi. Tujuannya adalah untuk membuat usaha menjadi lebih kuat menghadapi perubahan dan persaingan. Juga menguji apakah kelayakan ini dapat diimplementasikan jika saja kenyataan di lapangan terjadi perubahan yang sangat signifikan. Sehingga hasil dari

**II. METODE PENELITIAN**



**Gambar II.1 Model Konseptual**

Model konseptual dari penelitian analisis kelayakan pendirian cabang baru usaha rajutan Karimake, yaitu sebuah penjabaran dari kerangka berpikir terhadap konsep yang

analisis sensitivitas dan analisis resiko adalah pertimbangan dalam memutuskan rencana pembukaan cabang baru Usaha Rajutan Karimake.

### III. PENGOLAHAN DAN ANALISIS

#### III.1 Pengolahan Data Aspek Pasar

Pertama dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data pasar. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan populasi penduduk Kota Bandung dalam rentang umur 15 - 44 Tahun, karena kriteria konsumen produk yang diinginkan oleh pemilik usaha Karimake adalah usia remaja dan anak muda, juga pakaian rajut yang sedikit lebih formal untuk usia dewasa. Metode *sampling* yang digunakan untuk penyebaran kuesioner adalah dengan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu metode yang menurut Prof. Dr. Sugiyono (2009) teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Untuk menentukan jumlah sample yang dibutuhkan pada penelitian ini, dilihat dari tabel penentuan jumlah sample, dimana N lebih dari 1.000.000 (tak terhingga) dengan taraf kesalahan yang digunakan sebesar 10% yaitu berjumlah 272 orang [1].

Pada proses penyebaran kuesioner, peneliti melakukannya dengan menyebarkan kuesioner ke 30 kecamatan yang ada di Kota Bandung. Kecamatan itu adalah Andir, Antapani, Arcamanik, Astanaanyar, Babakan Ciparay, Bandung Kidul, Bandung Kulon, Bandung Wetan, Batununggal, Bojongloa Kaler, Bojongloa Kidul, Buah Batu, Cibeunying Kaler, Cibeunying Kidul, Cibiru, Cicadap, Cicendo, Cinambo, Coblong, Gede Bage, Kiara Condong, Lengkong, Mandala Jati, Panyileukan, Rancasari, Regol, Sukajadi, Sukasari, Sumur Bandung dan Ujung Berung. Setelah kuesioner disebar kemudian dilakukan Uji validitas dan uji reliabilitas pada 272 data. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika memiliki koefisien validitas lebih dari 0,3 [2]. Dari uji validitas yang dilakukan diperoleh hasil bahwa penelitian telah *valid*. Sedangkan uji reliabel pada penelitian berarti variabel penelitian yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan pada 30 data terlebih dahulu dan hanya data perilaku konsumen. Setelah reliabel, maka dilakukan uji reliabilitas keseluruhan yaitu sebanyak 270 data.. Suatu pertanyaan dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih dari 0,6 [3].

- Pasar Potensial

Variabel keminatan responden terhadap produk-produk Karimake tertera di dalam kuesioner sebagai penentuan jumlah pasar potensial. Responden yang menjawab “Ya” diklasifikasikan sebagai pasar potensial. Setelah dilakukan pengolahan, didapat data seperti pada tabel di bawah ini.

**Tabel III.1 Jumlah Responden Berminat pada Masing-Masing Produk**

	Berminat	Tidak berminat
Minat Rompi Rajut	218	54
Minat Cardigan	195	77
Minat Oblong Rajut	205	67
Minat Sweater	212	60

Sehingga untuk produk rompi diperoleh sebanyak 80,15% dari jumlah penduduk total sebagai pasar potensial. Produk *cardigan* diperoleh sebanyak 71,69% sebagai pasar potensial, produk oblong rajut sebanyak 75,4% sebagai pasar potensial dan produk *sweater* 77,9% sebagai pasar potensial dari jumlah penduduk yang ada di Kota Bandung.

- Pasar Tersedia

Pasar tersedia diperoleh dari responden yang selain menyatakan berminat pada produk Karimake juga sanggup membeli produk Karimake dalam rentang harga Rp50.000,00 – Rp300.000,00. Yaitu diperoleh sebanyak 175 responden menyatakan sanggup membeli produk rompi atau sebanyak 80,82% dari pasar potensial, diperoleh sebanyak 158 responden menyatakan sanggup membeli produk *cardigan* atau sebanyak 81,03% dari pasar potensial, diperoleh sebanyak 150 responden menyatakan sanggup membeli produk oblong rajut atau sebanyak 75,17% dari pasar potensial dan diperoleh sebanyak 162 responden menyatakan sanggup membeli produk *sweater* atau sebanyak 76,42% dari pasar potensial.

- Pasar Sasaran

Dengan melakukan wawancara pada pemilik mengenai kesiapan dalam memasuki pasar baru di wilayah baru, pemilik akan membidik 0,3% dari total pasar tersedia untuk produk rompi, *sweater* dan oblong rajut. Dan akan dibidik 0,15% untuk produk *cardigan* dari keseluruhan pasar tersedia sebagai pasar sasaran. Untuk besarnya jumlah penduduk pada tahun-tahun berikutnya dilakukan perhitungan untuk kenaikan jumlah penduduk diperoleh kenaikan sebesar 0,58% setiap tahunnya.

Sehingga diperoleh permintaan dari setiap produk yang dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini.

**Tabel III.2 Perhitungan Perkiraan Demand Rompi (jiwa)**

Tahun	Jumlah Penduduk	Pasar Potensial (80,15%)	Pasar Tersedia (80,28%)	Pasar Sasaran (0,3%)
2017	1.340.396	1.074327	862.470	2.587
2018	1.348.170	1.080558	867.472	2.602
2019	1.355.990	1.086826	872.504	2.618
2020	1.363.854	1.093129	877.564	2.633
2021	1.371.765	1.099470	882.654	2.648

**Tabel III.3 Perhitungan Perkiraan Demand Cardigan (jiwa)**

Tahun	Jumlah Penduduk	Pasar Potensial (71,69%)	Pasar Tersedia (81,03%)	Pasar Sasaran (0,15%)
2017	1.340.396	960.930	778.641	1.168
2018	1.348.170	966.503	783.158	1.175
2019	1.355.990	972.109	787.700	1.182
2020	1.363.854	977.747	792.269	1.188
2021	1.371.765	983.418	796.864	1.195

Tabel III.4 Perhitungan Perkiraan Demand Oblong Rajut (jiwa)

Tahun	Jumlah Penduduk	Pasar Potensial (75,4%)	Pasar Tersedia (73,17%)	Pasar Sasaran (0,3%)
2017	1.340.396	1.010.659	739.499	2.218
2018	1.348.170	1.016.520	743.788	2.231
2019	1.355.990	1.022.416	748.102	2.244
2020	1.363.854	1.028.346	752.441	2.257
2021	1.371.765	1.034.311	756.805	2.270

Tabel III.5 Perhitungan Perkiraan Demand Sweater (jiwa)

Tahun	Jumlah Penduduk	Pasar Potensial (77,9%)	Pasar Tersedia (76,42%)	Pasar Sasaran (0,3%)
2017	1.340.396	1.044.168	797.954	2.394
2018	1.348.170	1.050.225	802.582	2.408
2019	1.355.990	1.056.316	807.237	2.422
2020	1.363.854	1.062.443	811.919	2.436
2021	1.371.765	1.068.605	816.628	2.450

Dari tabel di atas dijelaskan masing-masing jumlah pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran tiap tahunnya.

Tabel III.6 Permintaan Produk per hari

Nama Produk	Permintaan produk/hari				
	2017	2018	2019	2020	2021
Rompi Rajut	8	8	8	9	9
Cardigan	4	4	4	4	4
Oblong Rajut	7	7	7	7	7
Sweater	8	8	8	8	8
<b>Total</b>	27	27	27	28	28

Setelah perhitungan pasar sasaran, diperoleh permintaan produk per-hari sebagai acuan dari penentuan komponen-komponen pada aspek teknis.

### III.2 Pengolahan Data Aspek Teknis

#### Letak Lokasi

Untuk letak cabang Karimake nantinya berlokasi pada *showroom* yang akan dibuat di Binong Jati yaitu di tanah yang sekarang difungsikan sebagai "Rumah Ramah" dan persawahan berluas 6.000 m<sup>2</sup>. *Showroom* masih direncanakan, telah disebarkan proposalnya oleh pemuda-pemudi Binong Jati ke berbagai perusahaan dan didukung oleh pemerintah Indonesia yaitu oleh presiden Jokowi pada tahun 2017 yang nantinya akan dinamakan "Kampoeng Radjoet". Kampoeng Radjoet ini adalah sebuah lokasi wisata rajut yang bertujuan untuk mengenalkan rajutan kepada masyarakat dan wisatawan, konsepnya seperti yang telah dikenal publik yaitu wisata saung angklong mang udjo, tempat wisata dusun bambu, dan lain sebagainya. Di dalam Kampoeng Radjoet ini akan ada sebuah gedung yang digunakan sebagai tempat *showroom* yang termasuk produksi

dan kios dari berbagai ukm rajut di Binong Jati, salah satunya Karimake. Sehingga dengan konsep tersebut, wisatawan yang datang ke *showroom* dapat mengerti proses dari pembuatan rajut, jenis-jenis rajut, berbelanja pakaian rajut dan lain sebagainya.

#### Bahan Baku

Tabel III.7 Tabel Kebutuhan Baku Tiap Produk

Bahan Baku	Jumlah kebutuhan / produk			
	Sweater	Cardigan	Oblong Rajut	Rompi Rajut
Benang Arkriilik	0,5 kg	0,5 kg	0,45 kg	0,25 kg
Benang Katun	0,5 kg	0,5 kg	0,45 kg	0,25 kg
Kancing	-	7 piece	-	-
Ritsetling	1 buah	-	-	-
Tali Kur	0,005 kg	0,001 kg	0,001 kg	0,001 kg
Lem Kancing	-	7 gram	-	-

Tabel di atas menjelaskan bahan baku apa saja yang dibutuhkan dalam membuat satu buah produk dan berapa banyaknya bahan baku tersebut diperlukan. Hal ini menjadi dasar perhitungan kebutuhan bahan baku keseluruhan tiap tahunnya.

#### Tenaga Kerja

Kebutuhan tenaga kerja didapat dari jumlah waktu baku total di bagi dengan jumlah jam kerja perharinya. Berikut merupakan tabel tentang jumlah waktu baku total per hari:

Tabel III.8 Tabel Waktu Baku Total Per Hari

Aktivitas	Waktu Total/hari setiap Tahun (Menit)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Rajut	1.650	1.650	1.650	1.720	1.720
Lingking	185	185	185	192	192
Inspeksi	27	27	27	28	28
Obras	135	135	135	140	140
Pembersihan	119	119	119	124	124
Steam	81	81	81	84	84
Packing	27	27	27	28	28
<b>Total</b>	2.224	2.224	2.224	2.316	2.316

Hari kerja dimulai dari Senin hingga Jumat, namun jika diperlukan untuk pemenuhan permintaan produk, maka Sabtu dan Minggu juga kerja. Sehingga untuk 1 hari ada 8 jam 15 menit untuk waktu kerja efektifnya. Atau setara dengan 495 menit per-hari. Setelah diketahui waktu baku total dan waktu kerja efektif, selanjutnya ditentukan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk melakukan produksi dan penjualan dimulai dari mesin-mesin yang dibutuhkan untuk menyanggupi permintaan produk yang sudah diramalkan sebelumnya. Dilanjutkan untuk kebutuhan dan kenyamanan pegawai dalam melakukan aktivitas produksi dan penjualan serta nyaman konsumen untuk berbelanja.

#### Kebutuhan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan Karimake dibagi menjadi dua, yaitu: kebutuhan sarana dan prasarana di bagian

produksi, serta kebutuhan sarana dan prasarana di bagian penjualan.

Tabel III.9 Sarana dan Prasarana Bagian Produksi

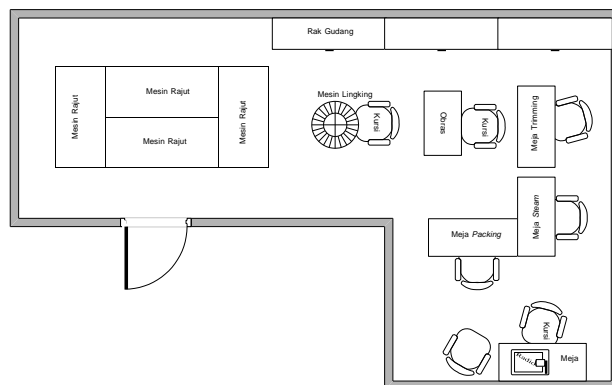
No.	Item	Jumlah					Satuan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Mesin Rajut	4	4	4	4	4	buah
2	Mesin Lingking	1	1	1	1	1	buah
3	Mesin Obras	1	1	1	1	1	buah
4	Mesin Steam	1	1	1	1	1	buah
5	Gunting	2	2	2	2	2	buah
6	Glue Gun	2	2	2	2	2	buah
7	Meja	6	6	6	6	6	buah
8	Kursi	7	7	7	7	7	buah
9	Radio	1	1	1	1	1	buah
10	Dispenser	1	1	1	1	1	buah
11	Galon	2	2	2	2	2	buah
12	Rak	2	2	2	2	2	buah
13	Lampu	2	2	2	2	2	buah
14	Mobil Angkut	1	1	1	1	1	buah
15	Vaccum Cleaner kecil	1	1	1	1	1	buah
16	Bak sampah ukuran besar	1	1	1	1	1	buah
17	Ac 1/2 pk	1	1	1	1	1	buah
18	Motor	1	1	1	1	1	buah

Tabel III.10 Sarana dan Prasarana Bagian Penjualan

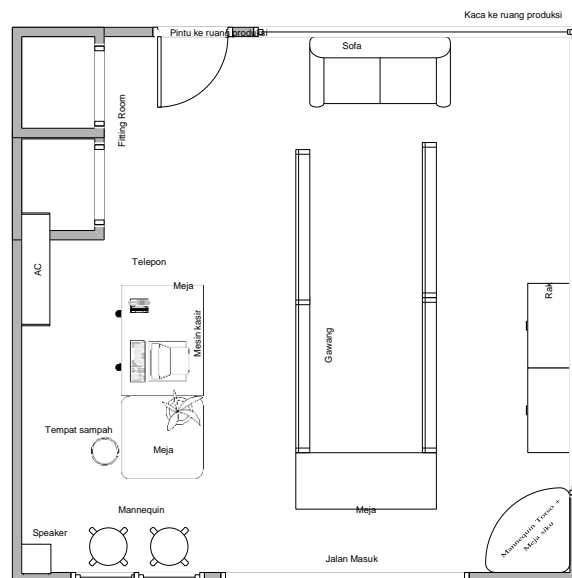
No	Item	Jumlah					Satuan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Mesin Kasir	1	1	1	1	1	buah
2	Rak Baju	2	2	2	2	2	buah
3	Speaker	1	1	1	1	1	buah
4	Mannequin	3	3	3	3	3	buah
5	Telepon	1	1	1	1	1	buah
6	AC 1/2 pk	1	1	1	1	1	buah
7	Sofa	1	1	1	1	1	buah
8	Cermin	1	1	1	1	1	buah
9	Kain untuk fitting room	2	2	2	2	2	buah
10	Fitting room	2	2	2	2	2	buah
11	Lampu	4	4	4	4	4	buah
12	Tempat sampah kecil	1	1	1	1	1	buah
13	Hanger	40	40	40	40	40	buah
14	Rak gantung baju (gawang)	4	4	4	4	4	buah
15	Sapu	1	1	1	1	1	buah
16	Pel	1	1	1	1	1	buah
17	Ember	2	2	2	2	2	buah
18	Kemoceng	1	1	1	1	1	buah
19	Meja	4	4	4	4	4	buah
20	Printer	1	1	1	1	1	buah

**Layout**

Layout pada penelitian ini dimaksudkan sebagai masukan agar pemilik memiliki gambaran rancangan tata letak toko dan ruang produksi.



Gambar III.1 Layout Ruang Produksi Karimake



Gambar III.2 Layout Toko Karimake

**Teknologi dan Equipment**

Dalam Usaha Rajut Karimake digunakan yaitu mesin rajut manual, hal ini dikarenakan mesin rajut manual tidak menggunakan daya listrik yang terlalu besar sehingga pemilik tidak mengkhawatirkan beban listrik yang terlalu besar. Juga mesin lingking manual yang juga tidak menggunakan listrik.

**III.3 Pengolahan Data Aspek Finansial**

Analisa aspek finansial dapat diketahui posisi keuangan perusahaan dalam 5 tahun ke depan sehingga dapat dilakukan perbaikan jika terdapat ketidaksesuaian dari sisi keuangan.

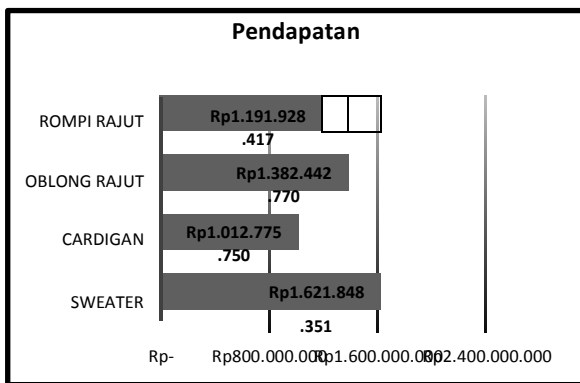
**Harga Jual**

Harga jual menentukan pendapatan yang dihasilkan dari transaksi jual beli selama 5 tahun. Harga jual untuk 4 jenis

produk Karimake akan mengalami kenaikan sebesar 3,43% dalam rentang Rp70.000,00 – Rp200.000,00. Ditentukan mulai dari angka Rp85.000,00 sebagai harga terkecil dan Rp160.000,00 sebagai harga jual terbesar di tahun pertama. Harga jual ditentukan berdasarkan total biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing produk Karimake. Dan setiap tahunnya naik sebesar 3,43%.

**Estimasi Pendapatan**

Estimasi Pendapatan adalah perkiraan pemasukan kas yang akan diperoleh oleh pemilik usaha Karimake setelah melakukan sejumlah besar pengeluaran. Estimasi pendapatan didapatkan dari penjualan produk-produk Karimake yaitu *sweater*, *cardigan*, *oblong rajut* dan *rompi rajut*. Total penjualan produk diperoleh dengan mengalikan jumlah *demand* per tahun dengan harga jual.



Gambar III.3 Estimasi Pendapatan

Berdasarkan grafik pendapatan total diatas, estimasi pada akhir tahun ke-5, rompi rajut menghasilkan pendapatan sebesar Rp1.191.928.417,00, kemudian oblong rajut menghasilkan pendapatan sebesar Rp1.382.442.770,00, *cardigan* dan *sweater* memperoleh pendapatan masing-masing sebesar Rp1.012.775.750,00 dan Rp1.191.928.417,00. Dan untuk tahun 2021 total pendapatan keseluruhan adalah sebesar Rp1.125.630.334,00 dengan pendapatan terbesar selama 5 tahun adalah *sweater* sebanyak Rp 1.621.848.351,00.

**Laporan Rugi Laba**

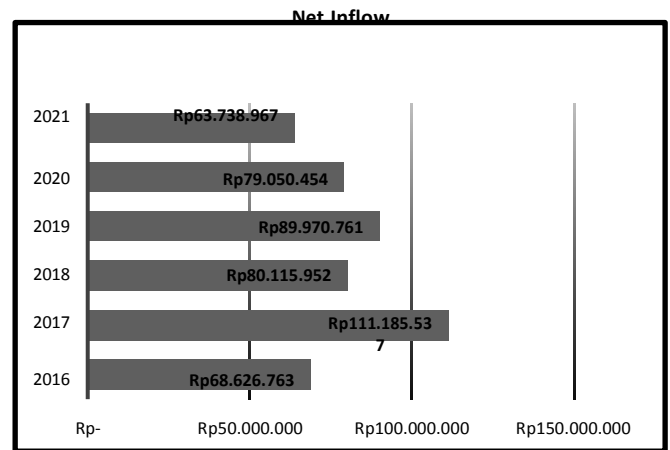
Laporan laba rugi bertujuan untuk mengetahui apakah suatu perusahaan memperoleh keuntungan atau kerugian, dan mengetahui besar *profit* yang diterima perusahaan. Laporan laba rugi ini diperoleh dari hasil pengurangan pendapatan dengan biaya-biaya operasional, depresiasi, bunga pinjaman, dan pajak. Untuk memenuhi dana yang dibutuhkan, perusahaan melakukan pinjaman Bank dengan bunga sebesar 9,75%. Lalu, besarnya pajak ditentukan oleh ketentuan yang terdapat dalam UU No. 2008, tarif Pajak Penghasilan untuk Wajib Pajak Badan yaitu sebesar 25% mulai tahun 2015 dari EBT (*Earning Before Tax*). Keuntungan setelah pajak (*Earning After Tax*) merupakan laba yang sebenarnya dari implementasi produk selama 1 tahun.

estimasi keuntungan bersih pada tahun pertama adalah Rp132.213.967,-, profil mengalami fluktuasi pada tahun-tahun berikutnya. Setelah tahun kedua profit menurun dan kembali naik di tahun ketiga selanjutnya kembali turun. Laba yang diharapkan pada akhrit tahun 2021 sebesar Rp62.570.101,-.

**Cash Inflow**

Aliran kas dibuat dalam periode 5 tahun (2017 – 2021) dibuat untuk melihat jumlah kas untuk menjamin ketersediaan kas pada pengeluaran yang akan datang. Saldo akhir tahun ini akan menjadi kas awal pada tahun berikutnya. Besarnya *Net inflow* berfungsi untuk mengetahui kas bersih yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk mebiayai biaya operasional dan kewajiban lain seperti membayar hutang bank.

Pada penelitian ini, didapatkan dari selisih antara cash inflow dengan cash outflow. Net inflow pada tahun 2016 sebesar Rp68.626.763,00 dan Rp63.738.967,00 pada tahun akhir tahun 2021.



Gambar III.4 Estimasi Pendapatan

**Analisis NPV (*Net Present Value*)**

*Net Present Value* merupakan selisih penerimaan dengan arus kas keluar dengan nilai uang saat ini dari biaya periode waktu investasi yang berjalan yaitu 5 tahun, diperoleh NPV adalah Rp 177.813.052,00. Dengan nilai NPV di akhir tahun investasi > 0 maka dari segi investasi, pembukaan cabang baru Karimake ini layak untuk dijalankan.

**Analisis IRR (*Internal Return Rate*)**

IRR merupakan salah satu indikator kelayakan suatu proyek atau bisnis yang menunjukkan tingkat pengembalian modal. IRR digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa mendatang atau penerimaan kas dengan pengeluaran investasi awal. Tingkat IRR yang dicapai untuk periode investasi 5 tahun adalah 28,84%. Dimana angka IRR ini lebih besar jika dibandingkan dengan MARR (*Minimum Atractive Rate of Return*) yaitu tingkat pengembalian minimum yang diinginkan oleh pemilik usaha Karimake yaitu 14%. Dikarenakan nilai IRR jauh lebih besar daripada nilai MARR maka pembukaan cabang baru Karimake ini dapat dikatakan layak.

**Analisis Payback Period**

Analisis *payback period* digunakan untuk menentukan periode atau waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian modal atau investasi awal. Dengan menggunakan estimasi *cashflow* didapat *payback period* selama 2,286 tahun sejak bisnis ini dijalankan, artinya *payback period* kurang dari umur investasi 5 tahun maka investasi ini dikatakan layak.

### III.4 Analisis Sensitivitas

#### Sensitivitas Kenaikan Biaya Operasional

Biaya operasional terdiri dari biaya listrik, maintenance, perlengkapan dan lain sebagainya yang dapat berfluktuasi. Perubahan yang terjadi setelah menghitung sensitivitas terhadap kenaikan biaya operasional pada Tabel V.2 membuktikan bahwa biaya besarnya operasional berpengaruh terhadap kelayakan investasi.

Tabel 1 Tabel Sensitivitas Kenaikan Biaya Operasional

Kenaikan BO	NPV	IRR	PBP
awal	Rp177.813.052	28,84%	2,286
1,0%	Rp149.355.732	24,61%	2,510
2,0%	Rp120.898.412	20,26%	2,778
2,9%	Rp95.286.824	16,24%	3,067
3,0%	Rp92.441.092	15,78%	3,103
3,1%	Rp89.595.360	15,33%	3,139
3,2%	Rp86.749.628	14,87%	3,176
3,3%	Rp83.903.896	14,41%	3,214
4,8%	Rp81.058.164	13,95%	3,253

Berdasarkan Tabel V.2 menaikkan biaya operasional keseluruhan sebesar 4,8% investasi menjadi tidak layak karena  $IRR < MARR$ .

#### Sensitivitas Kenaikan Biaya Bahan Baku

Karena saat memulai usaha sering terjadi masalah kenaikan bahan baku, maka seberapa sensitif kelayakan usaha terhadap kenaikan harga bahan baku perlu perhitungkan.

Tabel 2 Sensitivitas Kenaikan Biaya Bahan Baku

Kenaikan BBB	NPV	IRR	PBP
awal	Rp177.813.052	28,84%	2,286
1,0%	Rp165.216.219	26,96%	2,383
2,0%	Rp152.619.385	25,06%	2,488
5,0%	Rp114.828.884	19,24%	2,857
6,0%	Rp102.232.050	17,26%	3,003
7,0%	Rp89.635.216	15,25%	3,162
7,5%	Rp83.336.799	14,23%	3,247
7,7%	Rp80.817.433	13,83%	3,282

Perhitungan sensitivitas Tabel V.3 yang dilakukan pada kenaikan biaya bahan baku, dapat dilihat pada saat harga bahan baku selama 5 tahun dinaikan sebesar 7,7% nilai IRR lebih kecil daripada MARR. Ini menunjukkan bahwa harga bahan baku berpengaruh terhadap nilai investasi.

#### Sensitivitas Penurunan Harga Jual Produk

Naik turunnya harga jual berpengaruh pada kelayakan suatu investasi. Dilakukan perhitungan untuk membuktikan seberapa besar sensitivitas terhadap penurunan harga jual terhadap penilaian kelayakan investasi pada Tabel V.3. Karena bisa saja saat memulai usaha ternyata harga terlalu

tinggi bagi konsumen, sehingga tidak ada yang membeli. Ini merupakan antisipasi bagi pemilik usaha, seberapa besar penurunan harga jual yang diperbolehkan agar usaha tetap menjadi layak dijalankan 5 tahun ke depan.

Tabel 3 Sensitivitas Penurunan Harga Jual Produk

Besar Penurunan	NPV	IRR	PBP
Awal	Rp177.813.052	28,84%	2,286
1,0%	Rp174.533.455	26,51%	2,544
2,0%	Rp142.674.186	21,92%	2,860
3,0%	Rp110.814.916	17,23%	3,254
3,1%	Rp107.628.989	16,76%	3,299
3,2%	Rp104.443.062	16,28%	3,345
3,3%	Rp101.257.136	15,81%	3,392
3,4%	Rp98.071.209	15,33%	3,441
3,6%	Rp91.699.355	14,37%	3,542
3,7%	Rp88.513.428	13,89%	3,595

Berdasarkan tabel diatas, penurunan harga jual produk sebesar 1% hingga 3,6% tidak berpengaruh terhadap kelayakan investasi karena investasi tetap layak. Terlihat dari nilai NPV yang bernilai positif, IRR lebih besar dari MARR, dan PBP yang dibawah umur investasi. Namun bila terjadi kenaikan biaya bahan baku sebesar 3,7%, maka investasi menjadi tidak layak karena nilai IRR lebih kecil dari MARR, dan kenaikan sebesar 18% mengakibatkan NPV dan IRR negatif. Sehingga penurunan harga jual produk paling sensitif.

#### Sensitivitas Penurunan Jumlah Pelanggan

Seperti yang sering terjadi, biaya tenaga kerja terutama UMR daerah di Indonesia sering mengalami fluktuasi. Sehingga perlu diperhitungkan sejauh mana sensitivitas dari kelayakan usaha terhadap kenaikan biaya tenaga kerja seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Sensitivitas Kenaikan Biaya Tenaga Kerja

Kenaikan BO	NPV	IRR	PBP
awal	Rp177.813.052	28,84%	2,286
1,0%	Rp165.693.697	27,03%	2,376
2,0%	Rp153.574.342	25,21%	2,473
3,0%	Rp141.454.987	23,36%	2,577
4,0%	Rp129.335.632	21,50%	2,690
7,0%	Rp92.977.567	15,80%	3,087
7,5%	Rp86.917.889	14,83%	3,164
7,7%	Rp84.494.018	14,44%	3,195
7,9%	Rp82.070.147	14,05%	3,228

Kenaikan biaya tenaga kerja dilakukan pada tenaga kerja langsung saja, karena tenaga kerja langsung lebih berpengaruh terhadap investasi. merupakan dapat dilihat pada Tabel V.4 saat biaya tenaga kerja dinaikan sebesar 8% nilai IRR kurang dari MARR. Hal ini membuktikan bahwa biaya tenaga kerja langsung berpengaruh terhadap kelayakan investasi.

### III.5 Analisis Risiko

Dari faktor risiko sebesar 5,4% maka NPV rate menjadi 19,4 %, sehingga nilai NPV-nya menjadi Rp 135.127.076,00 dengan IRR Rate sebesar 23,59% dan PBP 2.444 tahun.

Menurut ketentuan bahwa investasi dikatakan layak apabila nilai NPV Rate (MARR) < IRR, NPV > 0 dan nilai PBP < umur investasi, maka investasi pendirian cabang baru Karimake dikatakan layak untuk dijalankan.

Untuk pengelolaan risiko, perusahaan melakukan *Risk Control* dan *Risk Avoidance* untuk mengurangi risiko tersebut, senantiasa mengikuti perkembangan pasar di industrinya, meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan terus berinovasi dengan mengikuti tren kebutuhan dan preferensi konsumen serta melakukan kegiatan pemasaran yang tepat sasaran untuk mempertahankan posisinya di pasar.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil dari penelitian Analisis Kelayakan Pendirian Cabang Baru Usaha Rajut Karimake di Kota Bandung ini dapat dibuat kesimpulan seperti di bawah ini :

#### 1. Aspek Pasar

##### - Pasar potensial

Pasar potensial untuk produk rompi rajut adalah sebesar 80,15%, produk *cardigan* sebesar 71,69%, oblong rajut sebesar 75,4%, dan *sweater* sebesar 77,9%.

##### - Pasar tersedia

Rompi rajut adalah sebesar 80,28%, produk *cardigan* sebesar 81,03%, oblong rajut sebesar 73,17%, dan *sweater* sebesar 76,42%.

##### - Pasar sasaran

Dengan melakukan wawancara pada pemilik Karimake tentang kesiapan dalam memasuki pasar baru di wilayah baru, pemilik akan membidik *sweater*, rompi rajut, dan oblong rajut sebesar 0,3%, serta *cardigan* sebesar 0,15% dari pasar tersedia. perusahaan membidik 1% untuk produk sandal, tas, dan mukena, 0,5% untuk produk baju koko, dan kebaya dari pasar tersedia sebagai pasar sasaran untuk produk dari Al Fathony Bordir.

#### 2. Aspek Teknis

Aspek teknis dari pendirian cabang baru usaharajut Karimake di Kota Bandung sudah dianggap layak karena sesuai dengan keadaan sebenarnya dimana Mesin-mesin produksi yang digunakan adalah mesin-mesin lama yang membuat produk rajutan menjadi unik. Aspek teknis dapat mendukung pemenuhan kapasitas *demand* perusahaan. Selain itu, jumlah tenaga kerja serta sarana dan prasarana disesuaikan dengan jumlah *demand*.

#### 3. Aspek Finansial

Dalam penelitian ini, aspek finansial yang dihitung berupa kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan, biaya operasional, *income state*, *cashflow* dan *balance sheet* untuk menilai tingkat investasi seperti PBP, NPV, IRR. Periode dalam pembuatan proyeksi keuangan ditetapkan selama 5 tahun. Adapun hasil perhitungan untuk menilai tingkat investasi adalah sebagai berikut:

➤ NPV: Rp 177.813.052

➤ IRR: 28,84%

➤ PBP: 2,286 Tahun

Tingkat pengembalian dan keuntungan produk ini (*payback period*) adalah selama 1 tahun 10 bulan 1 hari.

#### 4. Analisis Sensitivitas

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas, diperoleh dalam penurunan harga jual hingga sebesar 3,7 investasi menjadi tidak layak, dalam kenaikan biaya tenaga kerja investasi menjadi tidak layak hingga kenaikan sebesar 8%, investasi menjadi tidak layak dengan kenaikan bahan baku hingga sebesar 7,7% dan investasi menjadi tidak layak jika terjadi kenaikan seluruh biaya operasional sebesar 4,8% dengan IRR < MARR. Namun dalam hal ini NPV dan PBP masih positif.

#### 5. Analisis Risiko

Berdasarkan analisis risiko yang mungkin terjadi pada investasi Usaha Rajut Karimake, investasi masih tergolong layak dengan interest rate sebesar 19,4% menghasilkan nilai NPV adalah Rp 135.127.076 dengan IRR 23,59% dengan PBP 2 tahun 5 bulan 10 hari.

### Saran

#### 1. Dari penelitian yang telah dilakukan, saran untuk pemilik Usaha Rajut Karimake adalah:

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang akan dijalankan yaitu dalam pengembangan cabang baru.
- Memperbaiki metode pencatatan transaksi agar dapat memiliki laporan yang lebih rinci tiap harinya. Sehingga dapat diperoleh data-data konsumen lebih baik dan juga data-data penjualan yang lebih akurat.

#### 2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

- Diperlukannya analisis terhadap jam kerja lembur dan barang-barang yang disimpan di gudang.
- Adanya kemampuan untuk menghitung Kehandalan mesin, perawatan, dan lain sebagainya.
- Adanya kemampuan untuk pemasaran secara *online*, baik aplikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan, *website* yang dapat digunakan untuk pemasaran produk. Kajian yang lebih banyak mengenai *marketing online*.

## REFERENSI

- Sugiyono Dr. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan ke 17 (tujuh belas). Bandung: CV Alfabeta.
- Kaplan, Robert M., Dennis P. Saccuzzo. 2005. Psychological Testing: Principles, Applications, and issues. (7th edition). California: Wadsworth Publishing Company



- [3]. Malhotra,2006. Marketing Research. Prentice Hall