

ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI RITAIL BUSANA MUSLIM PADA PT. ALFABET CITRA INDONESIA

FEASIBILITY ANALYSIS OF MUSLIM RITAIL INVESTMENT ON PT. ALFABET CITRA INDONESIA

Dwi Dafa Doifullah¹, Dr.Ir. Nanang Suryana, M.T.², Meldi Rendra, S.T.,M.Eng.³

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹dafadoifullah@gmail.com, ²nanangsuryana@telkomuniversity.ac.id,

³meldirendra@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

PT.ALFABET CITRA INDONESIA merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa periklanan (*Digital Marketing*) khusus untuk produk yang akan dipasarkan secara online. Pada tahun 2018 PT.ALFABET CITRA INDONESIA memutuskan untuk melakukan investasi di bidang ritail busana muslimah. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah investasi yang dilakukan oleh PT.ALFABET CITRA INDONESIA layak atau tidak, dilihat dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *payback period*, *net present value* dan *internal rate of return*. Data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa investasi ini dianggap paling layak secara segi finansial dianggap layak, karena hasil dari *payback period* kurang dari 5 tahun, $IRR > MARR$ dan *net present value* bernilai positif.

Kata Kunci: Analisis Kelayakan, *Retail*, Investasi, *Busana Muslim*

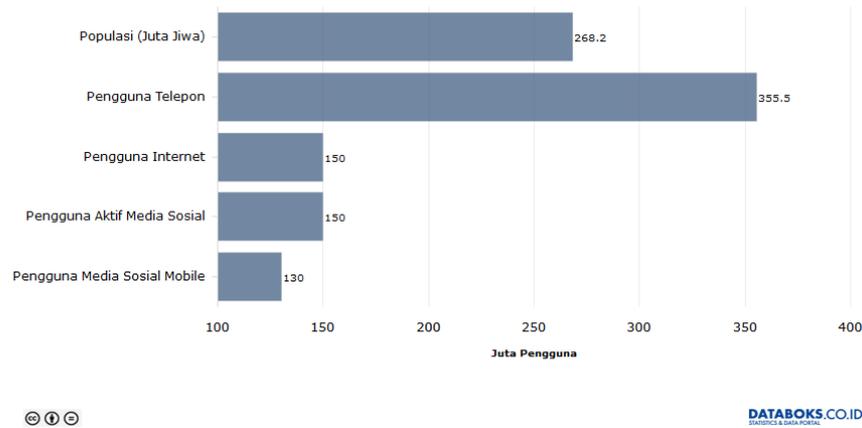
Abstract

PT.ALFABET CITRA INDONESIA is a company engaged in advertising services specifically for products that will be marketed online. In 2018 PT. ALFABET CITRA INDONESIA decided to invest in the Muslim clothing retail. The purpose of this study is to find out whether the investment made by PT. ALFABET CITRA INDONESIA is feasible or not, seen from the market aspect, technical aspects and financial aspects. The method used in this study is the *payback period*, *net present value* and *internal rate of return*. The data used are primary and secondary. From the calculation results show that this investment is considered the most financially feasible, because the results of the *payback period* of less than 5 years, $IRR > MARR$ and *net present value* are positive.

Keywords: *Feasibility Analysis*, *Digital Marketing*, *Retail*, *Investment*, *Muslim Clothing*

1. Pendahuluan

Di era milenial seperti sekarang ini sudah tidak asing lagi dengan yang namanya *digital marketing*. *Digital marketing* sendiri merupakan aktivitas mempromosikan sebuah produk atau yang lainnya menggunakan media digital atau internet. Dengan dibantu kemudahan dalam teknologi informasi seperti sekarang ini tentu akan sangat memberikan peluang bagi semua orang dalam memanfaatkan era digital ini menjadi uang.



Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia

Dari hasil survey yang dilakukan oleh wearesosial pada tahun 2019 gambar I.1 diatas menjelaskan pengguna internet di Indonesia pada tmencapai 150 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 268,2 juta jiwa, maka tidak heran jika banyak pengusaha yang mendirikan perusahaan yang menggunakan digital marketing untuk memasarkan produknya. penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar potensial bagi pebisnis online dalam maupun luar negeri. Selain itu Indonesia juga merupakan negara muslim terbesar di dunia. Maka dari itu semakin memperbesar peluang PT. Alfabet Citra Indonesia untuk melakukan investasi ritail busana muslim.

Naisha Hijrah merupakan salah satu brand muslimah yang ada di Indonesia. Naisha Hijrah hadir dengan produk khimar & gamis syar'i yang berdiri di Yogyakarta sejak Mei 2018. Konsep produk yang ada pada Naisha Hijrah adalah 'simple' sehingga bisa digunakan untuk aktivitas sehari-hari dan nyaman. Untuk penjualannya sendiri PT. Alfabet Citra Indonesia produk Naisha dijual secara online melihat target pasarnya adalah remaja yang berumur 17-34 yang tidak asing lagi dengan dunia digital dan online. Dalam sebuah kegiatan investasi tidak terlepas dari yang namanya risiko, risiko yang biasanya terjadi dalam kegiatan investasi adalah perbedaan actual return dengan expected return. Risiko dapat diartikan sebagai kemungkinan peristiwa yang memiliki konotasi negatif terhadap kemampuan seseorang atau sebuah institusi dalam mencapai suatu tujuan.

Berdasarkan pembahasan diatas PT. Alfabet perlu melakukan analisis kelayakan investasi ritail busana muslim yang baru berjalan kurang lebih 1 tahun untuk mengetahui layak dijalankan atau tidak dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial dan teknik pemasaran atau *marketing mix* yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian mengenai “Studi Kelayakan Investasi Ritail Busana Muslim Pada PT. Alfabet Citra Indonesia”.

2. Dasar Teori

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan menurut (Husein Umar, 2005) adalah penelitian yang dilakukan terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak bisnis dibangun, akan tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Menurut William F.S dalam buku Studi Kelayakan Bisnis yang ditulis Kasmir dan Jakfar, Investasi adalah melakukan pengorbanan dollar di masa sekarang untuk mendapatkan keuntungan dollar dimasa yang akan datang.

2.2 Aspek – Aspek Studi Kelayakan

1. Aspek Pasar

Menurut (Kolter&Koller, 2008:8) pasar merupakan sebuah tempat dimana penjual dan pembeli saling bertemu untuk membeli dan menjual suatu barang. Sedangkan para ekonom menafsirkan pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi atas suatu barang sesuai dengan yang disepakati penjual dan pembeli.

2. Aspek Teknis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2013) penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya dikemudian hari.

3. Aspek Finansial

Aspek Finansial merupakan aspek yang sangat penting dalam melakukan studi kelayakan, karena salah satu pertimbangan suatu bisnis itu sehat atau dapat dikatakan layak adalah dengan melihat dari segi finansialnya. Untuk itu pada studi kelayakan ini menggunakan beberapa metode perhitungan yaitu, *Payback Period*, *Net Present Value* dan *Internal Rate of Return*, sebagai indikator layak atau tidaknya usaha yang belum ataupun sudah dijalankan. Metode penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. *Discounted Payback Period*

Discounted Payback Period merupakan salahsatu kriteria penilaian yang digunakan untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan untuk menutup semua dana yang diinvestasikan dari aliran kas yang dihasilkan setelah didiskontokan dengan tingkat biaya modal dari investasi tersebut.

$$DPP = I_0 + \frac{CI_1}{(1+r)^1} - \frac{CI_2}{(1+r)^2} - \dots - \frac{CI_n}{(1+r)^n}$$

Keterangan:

CI = Arus Kas per Tahun

I_0 = Biaya Investasi Awal

r = Suku Bunga (*Discount Rate*)

Kriteria :

- Jika DPP periode > umur ekonomis : investasi ditolak
- Jika DPP periode < umur ekonomis : investasi diterima

b. *Internal Rate of Return*

Menurut Johar Arifin dan Muhammad Syukri (2006, p.125) *Internal Rate of Return*(IRR) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menentukan tingkat bunga yang akan

menjadikan jumlah nilai sekarang dari *proceed* yang diharapkan untuk diterima oleh (*PV of future proceed*) yang sama dengan jumlah nilai saat ini (*PV of capital outlays*).

Rumus yang biasa digunakan untuk mencari NPV adalah sebagai berikut;

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

Keterangan:

- i_1 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV+
- i_2 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV-
- NPV1 = Net Present Value bernilai positif
- NPV2 = Net Present Value bernilai negatif

Kriteria :

- Jika $IRR > MARR$, maka layak
- Jika $IRR < MARR$, maka tidak layak

c. Net Present Value

Menurut Johar Arifin dan Muhammad Syukri (2006, p.126) *Net Present Value* (NPV) adalah suatu metode perhitungan yang digunakan dalam melakukan uji kelayakan investasi dengan mempertimbangkan nilai waktu uang. Lebih tepatnya melakukan perhitungan selisih antara investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih. Rumusan yang biasanya digunakan dalam menghitung NPV sebagai berikut;

$$NPV = \sum_n^N (Rn - Dn) \left(\frac{p}{f}, i\%, n \right)$$

Keterangan :

Rn = Arus kas masuk

Dn = Arus kas keluar

P/f = Faktor p/f

i = Interest

n = Periode

Kriteria :

- NPV positif, maka investasi diterima
- NPV negatif, maka investasi ditolak

4. Analisis Sensitifitas dan Risiko

Analisis sensitivitas digunakan untuk mengidentifikasi dampak perubahan yang terjadi pada suatu variabel. Variabel yang kemungkinan dapat berubah dalam penelitian ini adalah biaya bahan baku langsung, biaya overhead, biaya tenaga kerja langsung, dan penurunan jumlah pengunjung.

Kemudian dilakukan juga analisis risiko yang akan berdampak pada perusahaan dan langkah-langkah untuk mengelola atau menanggulangi risiko tersebut.

3. Metodologi Penelitian

Terdapat 3 aspek yang akan diteliti yaitu aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial ditambah dengan sistem pemasaran. Semua aspek dan sistem pemasaran dianalisis untuk mendapatkan data berupa estimasi permintaan, biaya investasi, biaya operasional dan rencana SDM. Setelah itu dilakukanlah analisis kelayakan pada aspek finansial dan setelah itu diambil kesimpulan mengenai layak atau tidaknya investasi yang telah dijalankan.

Aspek pasar meneliti tentang pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran dari usaha yang dijalankan. Ketiga pasar tersebut sangat berpengaruh untuk mengetahui kebutuhan estimasi permintaan dari investasi yang telah dijalankan.

Sistem pemasaran memiliki fokus untuk meneliti strategi pemasaran online yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk itu pada penelitian kali ini menggunakan *marketing mix* untuk menganalisis strategi yang di dijalankan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya secara online.

Aspek Teknis pada penelitian kali ini mengidentifikasi beberapa hal seperti manajemen sumber daya manusia, mulai dari struktur organisasi, jumlah pekerja dan jobdesc masing-masing tim. Selain itu juga aspek teknis mengidentifikasi peralatan yang digunakan sehari-hari atau biasa disebut dengan biaya operasional dan juga pada aspek ini diidentifikasi kebutuhan sarana prasarana yang dibutuhkan.

Aspek finansial akan dianalisis mengenai penentuan biaya investasi, operasional, arus kas, laba rugi dan neraca. Untuk setelah itu dilakukan analisis kelayakan keuangan dengan menggunakan kriteria kelayakan *net present value*, *internal rate ratio* dan *discounted payback period*.

4. Pembahasan

4.1 Aspek Pasar

- Pasar Potensial

Pasar potensial dapat diketahui hasil dari kuisioner pada ketertarikan responden terhadap produk gamis dan khimar dari Naisha hijrah. Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah di sebarakan dapat diketahu minat dari produk gamis sebesar 80 responden dan yang tidak berminat sebesar 20 responden. Sedangkan untuk produk khimar responden yang berminat sebesar 81 responden dan yang tidak berminat sebesar 19 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, 80 responden atau 80% merupakan pasar potensial untuk produk gamis sedangkan 81 responden atau 81% merupakan pasar potensial dari produk khimar dari Naisha.

- Pasar Tersedia

Pasar tersedia dari produk Naisha adalah responden yang berminat dan mampu untuk membelinya. Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah di sebarakan dapat diketahui pasar tersedia untuk produk gamis dan khimar dari Naisha sama-sama sebesar 79 responden yang berminat dan mampu untuk membeli masing-masing produk tersebut, sedangkan yang berminat-tidak mampu untuk membeli atau tidak berminat-mampu membeli sebesar 21 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, 79 responden atau 79% merupakan pasar tersedia untuk produk gamis dan khimar dari Naisha.

- Pasar Sasaran

Naisha mengincar sebesar 0,019% dari pasar tersedia. Hal ini dikarenakan keterbatasan data untuk pengguna internet muslim perempuan di Indonesia tidak ada, jadi menggunakan data pengguna internet perempuan di Indonesia dan pasar yang disasar adalah sebesar 0,019% saja. Berdasarkan hasil dari perhitungan diketahu pasar sasaran untuk gamis Naisha 8.748 dan

untuk Khimar Naisha sebesar 8.858 dengan total keseluruhan pasar sasaran Naisha adalah sebesar 17.606 per tahunnya atau sekitar 1467 perbulannya.

4.2 Sistem Pemasaran

Marketing Mix yang digunakan adalah 4p yaitu;

1. Produk

Fokus dari PT.Alfabet yaitu ingin membuat sebuah brand busana musim untuk orang-orang yang baru berhijab atau lagi mencoba untuk mengenakan hijab, karena orang-orang yang baru mengenakan hijab biasanya memilih gamis dan khimar yang mudah digunakan.

2. Price (Harga)

Dalam penetapan harga Naisha Hijarah memberikan harga kisaran Rp 180.000 – 250.000 untuk gamis, sedangkan untuk khimar sendiri berkisar dari Rp 100.000 – 180.000. Untuk targetnya sendiri masih berada di kalangan menengah dan berumur lebih dari 20 tahun keatas.

3. Place

Untuk tempat Naisha Hijarah tidak memiliki tempat real seperti toko atau kios di pasar atau di tempat untuk bertransaksi secara langsung. Jadi Naisha Hijarah menjual produknya secara online di berbagai macam E-Commerce yang ada di Indonesia, melalui web atau di media sosial instagram.

4. Promotion

Untuk promosinya sendiri Naisha sedang menerapkan flash sale dengan harga miring setiap harinya dan juga sering mengadakan diskon di akhir bulan, hari-hari peringatan dan bulan ramadhan tentunya.

4.3 Aspek Teknis

3.2.1 Lokasi Usaha

Lokasi atau tempat usaha yang digunakan untuk melakukan proses bisnis merupakan salahsatu hal yang tidak boleh dianggap sebelah mata. Tempat yang dijadikan kantor oleh PT.Alfabet beserta bawahannya merupakan sebuah bangunan yang disewa bukan milik perusahaan. Tempat atau kantor dari PT.Alfabet terletak di Jl. Ki Penjawi No.20A/4, Prenggan, Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55171.

3.2.2 Proses Bisnis



Gambar 3.2.2.1 Gambaran Bisnis secara umum

.2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui kebutuhan karyawan yang dibutuhkan yaitu 1 manajer, 2 orang divisi produksi, 4 orang di divisi marketing, 5 orang di divisi *customer service* dan 1 orang di untuk bagian pengiriman. Jadi total kebutuhan karyawan sebesar 13 orang.

4.4. Aspek Finansial

Berikut merupakan hasil dari perhitungan kriteria kelayakan finansial;

a. NPV

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan didapatkan NPV sebesar Rp 1.657.624.807 dan dikatakan layak, karena NPV bernilai lebih dari 0 atau positif.

b. IRR

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan didapatkan IRR sebesar 91% dan dikatakan layak, karena $IRR > MARR$ yang hanya 12%.

c. DPP

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan didapatkan PBP selama 1,2 tahun dan dikatakan layak, karena PBP tidak melebihi ketetapan dari perusahaan yang menginginkan PBP maksimal selama 5 tahun.

d. Sensitivitas dan Risiko

Hasil perhitungan yang sensitivitas didapatkan faktor yang dianggap sensitif terhadap pendapatan perusahaan adalah kenaikan biaya bahan baku dan penurunan penjualan. Untuk kenaikan bahan baku untuk kelonggaran yang diberikan kepada perusahaan adalah sebesar 33% apabila lebih dari itu maka investasi dianggap tidak layak, sedangkan untuk penurunan penjualan diberikan kelonggaran maksimal sebesar 16%, apabila penurunan penjualan lebih dari itu maka investasi dianggap tidak layak.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada investasi yang dilakukan oleh PT. Alfabet Citra Indonesia yaitu “Naisha Hijrah”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Aspek Pasar

Pasar sasaran “Naisha Hijrah” didapatkan sebesar 0,019% yang diambil dari pasar tersedia untuk masing-masing produk yaitu gamis dan khimar. Untuk pasar sasaran gamis sebesar 8.748 dalam setahun dan untuk pasar sasaran khimar sebesar 8.858 dalam satu tahun.

2. Sistem Pemasaran

a. Produk

Fokus dari PT. Alfabet yaitu ingin membuat sebuah brand busana muslim untuk orang-orang yang baru berhijab atau lagi mencoba untuk mengenakan hijab, karena orang-orang yang baru mengenakan hijab biasanya memilih gamis dan khimar yang mudah digunakan.

b. Price (Harga)

Dalam penetapan harga Naisha Hijrah memberikan harga kisaran Rp 180.000 – 250.000 untuk gamis, sedangkan untuk khimar sendiri berkisar dari Rp 100.000 – 180.000. Untuk targetnya sendiri masih berada di kalangan menengah dan berumur lebih dari 20 tahun keatas.

c. Place

Jadi Naisha Hijrah menjual produknya secara online di berbagai macam E-Commerce yang ada di Indonesia, melalui web atau di media sosial instagram. Selain itu Naisha

banyak merekrut reseller untuk menyalurkannya kepada konsumen, cara ini cukup efektif untuk mengurangi biaya promosi iklan di platform seperti instagram dan facebook.

d. Promotion

Untuk promosinya sendiri Naisha sedang menerapkan flash sale dengan harga miring setiap harinya dan juga sering mengadakan diskon di akhir bulan, hari-hari peringatan dan bulan ramadhan tentunya.

3. Aspek Teknis

Lokasi dan sarana prasarana pada PT.Alfabet Citra Indonesia dikatakan layak dikarenakan untuk lokasi yang dipilih oleh perusahaan untuk menjadi tempat bekerja karyawan “Naisha Hijrah” merupakan tempat yang sangat strategis untuk bekerja dengan tenang dan juga lokasi tersebut masih terjangkau untuk penjemputan barang yang akan dikirimkan. Untuk sarana dan prasarana perusahaan berusaha seoptimal mungkin memanjakan atau memenuhi kebutuhan para karyawan dalam melakukan pekerjaannya sehingga menghasilkan hasil yang optimal.

4. Aspek Finansial

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan 3 kriteria kelayakan yaitu NPV, DPP dan IRR. Dari semua kriteria kelayakan tersebut semua kriteria tersebut dinyatakan layak. Maka kesimpulan dari kelayakan finansial dinyatakan layak.



Daftar Pustaka

- Arifin, Johar, 2007, Aplikasi Excel dalam Studi Kelayakan Bisnis (Seri Solusi Bisnis Berbasis TI), Jakarta, PT.Elex Media Komputindo.
- Arifin & Syukri, 2006, Aplikasi Excel dalam Bisnis Perbankan Terapan, Jakarta, PT.Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Hermawan Kartajaya, 2000, Seri 9 Elemen Marketing, Bandung, PT Mizan Pustaka
- Holy Iacun Yunarto, 2006, Business Concepts Implementation Series In Sales Distribution Management, Jakarta, Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Ibrahim, Yacob, 2009, Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi), Jakarta, PT Rineka Cipta.
- Imammul Arifin & Giana Hadi W, 2007, Membuka Cakrawala Ekonomi, Penerbit PT Setia Purna Inves
- Kasmir & Jakfar, 2003, Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi), Jakarta, KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Kotler & Koller, 2008, Manajemen Pemasaran (Edisi-13 Jilid 1), Jakarta, Erlangga.
- Mamduh Hanafi, 2009, Manajemen Risiko (Edisi Kedua), BPFE, Yogyakarta.
- M.Tohar 2000, Membukan Usaha Kecil, Yogyakarta, Penerbit Kanisius (Anggota IKAPI)
- Nasirudin & Munin Widardjo 2012, Blue Print Ekspansi ke Bisnis Online dengan Murah dan Aman, Jakarta, Penerbit PT.Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Syarif, Faqih 2016, Technopreneurship Membentuk Karakter Entrepreneur Mudah Yang Sukses, Yogyakarta, Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Subagyo, Ahmad, 2008, Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi, Jakarta, PT.Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Timothy, James 2010, Membangun Bisnis Online, Jakarta, Penerbit PT.Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Umar, Husein, 2005, Studi Kelayakan Bisnis (Edisi-3), Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, Arif, 2016, Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan (Edisi Pertama), Jakarta, Prenadamedia Group.
- <https://wearesocial.com/> (Diakses pada tanggal 11 juli 2019 pukul 17:33 WIB)
- <https://apji.or.id/> (Diakses pada tanggal 3 oktober 2018 pukul 17:23 WIB)
- www.validnews.id (Diakses pada tanggal 3 oktober 2018 pukul 22:51 WIB)
- <https://www.dictio.id/> (Diakses pada tanggal 20 november 2018 pukul 20.00 WIB)