

## PERANCANGAN BISNIS DAN KELAYAKAN PENGEMBANGAN 3D PRODUCT DI SAVA VISUAL.

Muhammad Fadillah Adhitama<sup>1</sup>, Nanang Suryana<sup>2</sup>, Maria Dellarosawati I<sup>3</sup>

### *Business Design and Feasibility of 3D Product Development in Sava Visual*

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup>mfadillaha@telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>nanangsuryana@telkomuniversity.ac.id, <sup>3</sup>

mariadellarosawati@telkomuniversity.ac.id

#### **Abstrak**

Sava Visual merupakan usaha yang bergerak pada bidang industry kreatif. Sava Visual ini sudah berjalan sejak tahun 2019 dan terus berupaya untuk mengekspansi bisnis dan meningkatkan kualitas bisnis yang dijalankan. Sava Visual ini ingin membuat inovasi penjualan produk atau jasa yang baru yaitu berupa 3D Product, untuk membuat penjualan produk atau jasa yang baru ini memerlukan biaya yang cukup oleh karena itu perlunya melakukan studi kelayakan. Pada aspek pasar disini akan menghitung dari pasar potensial, pasar tersedia hingga pasar sasaran, setelah melakukan perhitungan ketiga pasar tersebut, selanjutnya menghitung estimasi permintaan, setelah mendapatkan estimasi permintaan lalu dibuat strategy pemasaran usulan . Pada aspek Teknis akan menentukan tenaga kerja yang dibutuhkan beserta biaya tenaga kerja, kebutuhan investasi dan biaya investasi, dan proses bisnis pemesanan produk hingga proses produksi. Pada aspek finansial akan dihitung beberapa kriteria seperti NPV, PBP, dan IRR. NPV yang ditunjukkan dari proyeksi 5 tahun operasi bernilai Rp. 209.096.969 dengan nilai IRR 45.67% dan Payback Period sebesar 2,81 tahun. Maka berdasarkan hasil tersebut maka jika Sava Visual menambah 3D Product dinyatakan layak. Hasil analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya tenaga kerja langsung dan penurunan harga jual memiliki batas aman sebesar 27% untuk kenaikan biaya tenaga kerja langsung dan 7% untuk penurunan harga jual.

**Kata kunci:** *Analisis Kelayakan, NPV, PBP, IRR, Analisis Sensitivitas*

#### **Abstract**

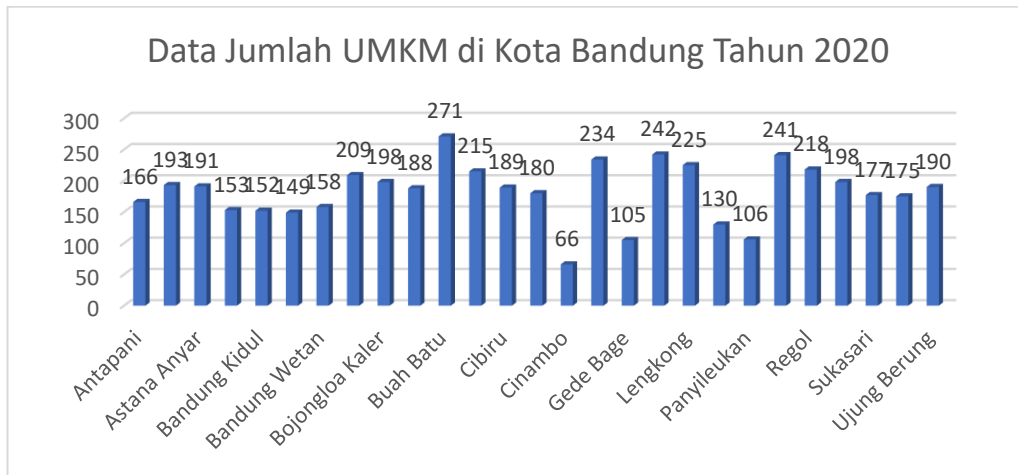
*Sava Visual is a business engaged in the creative industry. Sava Visual has been running since 2019 and continues to strive to expand the business and improve the quality of the business being run. Sava Visual wants to make new product or service sales innovations, namely in the form of 3D Products, to make sales of these new products or services require sufficient costs, therefore it is necessary to conduct a feasibility study. In the market aspect here, we will calculate from the potential market, the available market to the target market, after calculating the three markets, then calculating the demand estimate, after getting the demand estimate and then making a proposed marketing strategy. In the technical aspect, it will determine the workforce needed along with labor costs, investment needs and investment costs, and the business process of ordering products to the production process. In the financial aspect, several criteria will be calculated such as NPV, PBP, and IRR. The NPV shown from the projected 5 years of operation is Rp. 209.096.969 with an IRR of 45.67% and a Payback Period of 2,81 years. So based on these results, if Sava Visual adds a 3D Product, it is declared feasible. The results of the sensitivity analysis to the increase in direct labor costs and a decrease in selling prices have a safe limit of 27% for an increase in direct labor costs and 7% for a decrease in selling price.*

**Keywords:** *Feasibility Analysis, NPV, PBP, IRR, Sensitivity Analysis*

#### **1. Pendahuluan**

Perkembangan Industri Kreatif di wilayah Indonesia memiliki peluang yang sama, karena tiap daerah di Indonesia memiliki keanekaragaman seni, budaya dan warisan budaya tetapi tidak semua daerah dapat mengubah keanekaragaman tersebut menjadi industri yang dapat membuka lapangan kerja, melakukan ekspor karya kreatif, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Kota Bandung dikenal sebagai kota seni yang masyarakatnya memiliki kreativitas yang tinggi, baik dalam hal rancangan busana yang unik, hingga kreasi makanan yang selalu mengalami perkembangan terbaru. Sumber daya yang dimiliki Kota Bandung, termasuk sumber daya manusianya dapat menghasilkan sesuatu yang baru di dalam industri kreatif, yang mana kreativitas dan inovasi lebih berharga dibandingkan dengan sumber ekonomi lainnya. Sangat disayangkan apabila pemerintah setempat tidak memberikan perhatian lebih untuk potensi tersebut dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang mendukung berkembangnya industri kreatif ini karena hasilnya nanti dapat menambah penghasilan daerah.



**Gambar 1.1 UMKM di Kota Bandung Tahun 2020**

Berdasarkan data yang ditampilkan pada gambar 1.1, yaitu jumlah UMKM yang berada di Kota Bandung sebanyak 4919 dari total 27 Kecamatan. Menurut sekretaris kementerian koperasi dan UKM Agus Muharram menekankan bahwa betapa pentingnya UMKM untuk memanfaatkan sosial media untuk meningkatkan kinerja penjualan produknya karena media sosial bisa memasarkan produk dari para UMKM yang lebih luas untuk bisa mengembangkan bisnisnya dilansir dari (ekonomi.kompas.com, 2017). Data tersebut memberikan fakta bahwa Sava Visual masih memiliki peluang untuk memasuki pasar UMKM di Kota Bandung.

Sava Visual Merupakan salah satu *Creative Studio* yang bergerak pada bidang Industri Kreatif dan didiikan sejak bulan Januari pada tahun 2019. Sava Visual berlokasi di Jalan Pasirturi No. 17, Bandung. Produk atau jasa yang dihasilkan oleh Sava Visual berupa berbagai beberapa jenis yaitu *Photography*, *Videography*, dan *Content*.

Sava Visual memiliki tujuan untuk terus berusaha semaksimal mungkin memenuhi kebutuhan konsumen dan membantu UMKM yang berada di Kota Bandung dengan memberikan bantuan jasa melalui *Photography*, *Videography*, dan *Content*. Dengan kualitas terbaik dengan memahami harapan dari konsumen sehingga Sava Visual dapat memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan spesifikasi dan keinginan konsumen. Sava Visual memasarkan jasanya melalui media sosial seperti *Instagram*. Terhitung selama 1 tahun terakhir, Sava Visual sudah menggarap 35 Proyek dengan berbagai bentuk kegiatan seperti *Photography*, *Videography*, dan *Content*.

Untuk terus menjalankan kegiatannya Sava Visual akan memperluas cakupan bisnis dengan mengembangkan produk atau jasa terbaru yaitu 3D Product. Maka dari itu dibutuhkan studi kelayakan terhadap pengembangan produk yang terbaru yaitu 3D Product agar Sava Visual dapat memperluas cakupan bisnis, mengembangkan potensi perusahaan serta terus menjalankan kegiatannya sebagai *Creative Studio*

## 2. Dasar Teori /Material dan Metodologi/Perancangan

### 2.1 Studi Kelayakan

Studi Kelayakan merupakan sebuah studi yang membuat suatu proyek berdasarkan beberapa aspek untuk mengetahui proyek yang dibuat layak atau tidak untuk dikerjakan [1]. Tujuan dari studi kelayakan adalah sebagai berikut

1. Memudahkan Perencanaan
2. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan
3. Memudahkan Pengawasan
4. Memudahkan Pengendalian
5. Menghindari Resiko

### 2.2 Aspek Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, artinya pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi, dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Pengertian pasar secara sederhana ialah sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.

Ada tiga aspek pasar untuk meneliti besar pasar yang berkemampuan untuk menguasai pasar[2].

1. Pasar Potensial
2. Pasar Tersedia
3. Pasar Sasaran

### 2.3 Aspek Teknis

Penilaian dari kelayakan pada aspek teknis merupakan hal yang penting sebelum usaha atau proyek dijalankan. Penentuan dari aspek teknis ini sangat menyangkut dengan proses teknis atau operasi. tujuan dikajinya aspek teknis

adalah untuk menentukan teknologi atau peralatan yang tepat untuk menjalankan proyek, menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang ataupun di masa yang akan datang. [3].

#### 2.4 Aspek Finansial

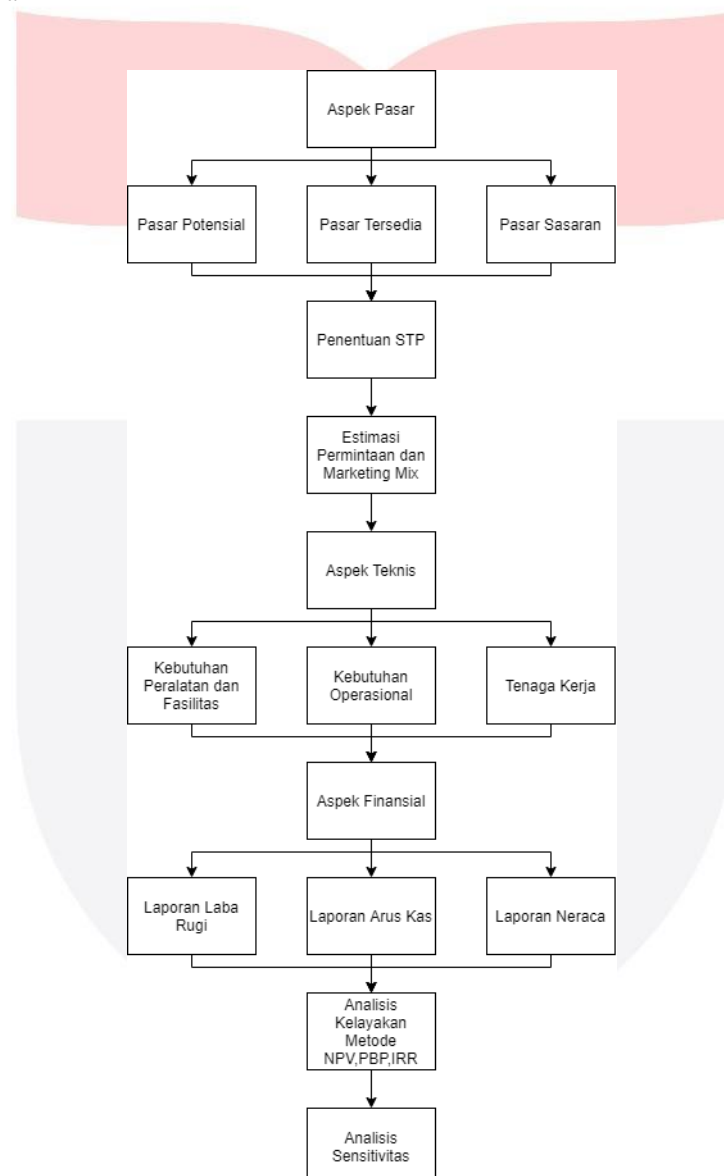
Aspek finansial adalah suatu aspek yang dilihat untuk menilai keuangan dari suatu perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini dianggap paling penting karena pada aspek ini tergambar dengan sangat jelas bahwa hal-hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan. [4].

#### 2.5 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah suatu analisis yang dilakukan saat menghitung arus kas depan dengan diestimasi yang sering dihadapkan pada ketidakpastian. Ketika kita menganalisis perkiraan arus kas masa depan, maka kita menghadapi ketidakpastian. [5].

### 3. Model Konseptual

Model Konseptual adalah suatu kerangka yang menjelaskan dan menampilkan tahapan dalam melakukan penelitian untuk mencapai tujuan tugas akhir. Model konseptual dapat membantu peneliti dalam merumuskan pemecahan masalah dan membantu dalam merumuskan solusi mengenai masalah yang diteliti. Berikut merupakan metode konseptual pada penelitian ini



Gambar 3.1 Model Konseptual

Model Konseptual diatas menjelaskan bahwa untuk menganalisis kelayakan usaha dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu aspek pasar menjadi tahap awal dalam pengumpulan dan pengolahan data. Untuk mengetahui aspek pasar dari Sava Visual ini dapat menggunakan analisis pasar potensial yang dapat mengetahui kemungkinan adanya jumlah pasar yang minat dengan penawaran jasa yang ditawarkan. Setelah itu dilanjutkan dengan penentuan *Segmenting*,

*Targeting, Positioning* terkini untuk mengerucut *Scope* dari pasar Sava Visual. Setelah itu menganalisa pasar yang akan menghasilkan jumlah permintaan. Analisa aspek pasar dapat diketahui hasilnya melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menentukan strategi marketing mix. Setelah melakukan analisis penentuan aspek pasar maka selanjutnya menentukan aspek teknis dengan cara menentukan kebutuhan investasi, seperti peralatan dan fasilitas, kebutuhan operasional dan kebutuhan tenaga kerja. Aspek Finansial didapatkan dari output aspek pasar dan aspek teknis. *Output* dari aspek pasar berupa estimasi permintaan dan output dari aspek teknis yaitu biaya investasi, dan biaya operasional. Output dari aspek finansial adalah kebutuhan sumber dana, estimasi pendapatan dan laporan keuangan. Hasil dari laporan tersebut dapat dihitung kelayakan Sava Visual menggunakan metode perhitungan NPV (*Net Present Value*), dan PP (*Payback Period*). Setelah dilakukannya analisis kelayakan, selanjutnya melakukan analisis sensitivitas yang terdiri dari kenaikan harga jual dan penurunan terhadap permintaan pasar.

#### 4. Pembahasan

Pada bagian ini akan membahasmengenai pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dengan tugas akhir ini

##### 4.1 Aspek Pasar

Pada tahap aspek pasar ini dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mendapatkan pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Berikut merupakan tabel dari perhitungan aspek pasar

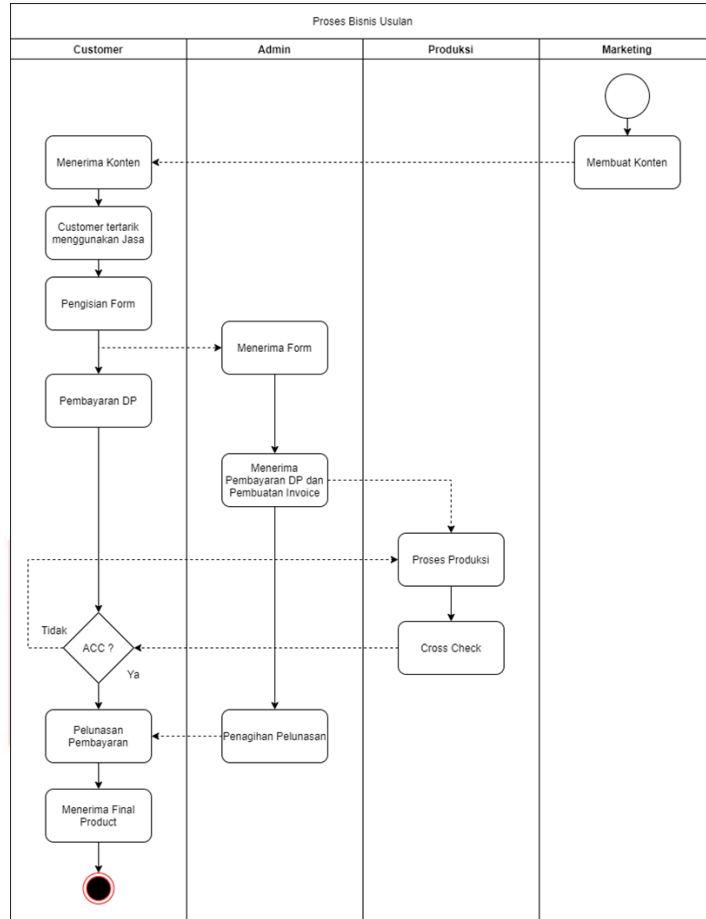
Jumlah UMKM di Kota Bandung Tahun 2020	Pasar Potensial	Pasar Tersedia	Pasar Sasaran	Total
4,919	94%	84%	0.80%	31
	4,624	3,886.01	31.09	

Gambar 4.1 Aspek Pasar

Pada gambar 4.1 Karakteristik pasar yang didapatkan ini mendukung dalam target pasar. Harga yang ditawarkan oleh Sava Visual sesuai dengan rata rata jumlah minat dari hasil kuesioner oleh pelaku usaha atau UMKM terhadap jasa yang ditawarkan. Pasar potensial yang didapatkan oleh Sava Visual ini sebesar 94% atau setara sebesar 4.624 dari total populasi dan pasar tersedia yang didapatkan oleh Sava Visual sebesar 84% atau setara dengan 3.886 dari pasar potensial yang didapatkan.

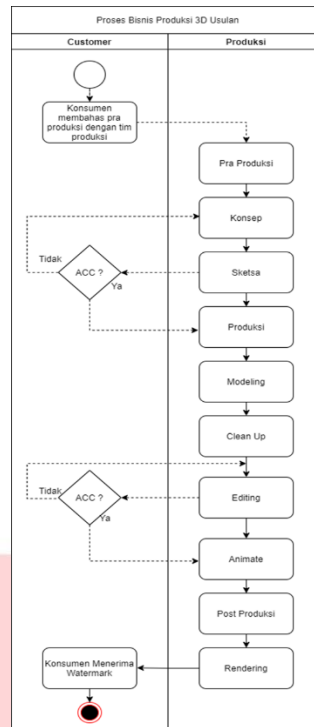
##### 4.2 Aspek Teknis

Pada tugas akhir ini diperlukan penambahan fasilitas kerja yang baru dan perlu dikaji oleh aspek teknis seperti sumber daya manusia, kebutuhan investasi, kebutuhan operasional untuk 3D Product. Kebutuhan produksi pada 3D Product ini hanya membutuhkan waktu saja dikarenakan tenaga kerja untuk 3D Product ini merupakan pegawai freelance dimana proses pengerjaan produksinya bisa dilakukan dimana saja tidak perlu distudio atau kantor karena sudah diberikan fasilitas berupa laptop.



Gambar 4.2 Proses Bisnis Usulan

Berikut merupakan proses bisnis pemesanan usulan Jadi dari tim marketing akan membuat konten untuk menarik perhatian konsumen, jika customer sudah tertarik untuk menggunakan jasa tersebut lalu ke proses pengisian form. Jika sudah mengisi form tersebut admin akan menerima form lalu customer melakukan pembayaran DP sebesar 30% dari total harga lalu setelah menerima DP admin membuat invoice lalu melaporkan ke tim produksi untuk ke tahap proses pembuatan. Setelah dilakukannya produksi lalu akan dikirim ke customer untuk di cross check apakah sudah sesuai dengan permintaan atau belum, jika sudah lalu admin akan membuat invoice penagihan pelunasan pembayaran setelah itu customer melakukan pelunasan lalu customer akan menerima *Final Product*.



Gambar 4.3 Proses Bisnis Produksi Usulan

Berikut merupakan proses bisnis pada saat produksi 3D Product. Jadi pada saat proses produksi ini konsumen akan melakukan *Briefing* dengan tim produksi untuk membahas tahapan proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

**4.3 Aspek Finansial**

Berikut merupakan estimasi pendapatan dari produk eksisting dan produk usulan Sava Visual

Jenis	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Photography	9,000,000	9,922,500	13,891,000	14,586,075	15,315,379
Videography	132,000,000	145,530,000	166,698,000	175,032,900	199,099,924
Content	7,500,000	8,268,750	8,682,188	9,116,297	9,572,112
Total	148,500,000	163,721,250	189,271,688	198,735,272	223,987,41

Gambar 4.4 Estimasi Penadapatan Produk Eksisting

Jenis	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
3D Product	23,300,516	24,465,542	25,688,819	26,973,260	28,321,923

Gambar 4.5 Estimasi Pendapatan Produk Usulan

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

Nilai NPV merupakan selisih arus kas masuk dengan arus kas keluar dari hasil perhitungan nilai bersih sekarang yang didapatkan dari nilai uang saat ini dari penerimaan dikurangi dengan nilai uang yang saat ini. Selain itu NPV bisa menjadi salah satu acuan nilai kelayakan investasi. Suatu investasi bisa dikatakan layak jika nilai NPV>0 atau nilai NPV nya positif. Berdasarkan hasil perhitungan pada tugas akhir ini investasi dikatakan layak karena memperoleh nilai NPV sebesar Rp. 209.096.969.

**4.5 Analisis Payback Period (PBP)**

Nilai payback period adalah nilai yang menggambarkan kapan perusahaan mengalami keuntungan. Sava Visual mendapatkan nilai payback period dalam waktu 2,81 tahun.

#### 4.6 Analisis Internal Rate of Return (IRR)

Nilai IRR yang didapatkan oleh Sava Visual ini sebesar 45,67%. artinya dengan adanya tambahan inovasi 3D product ini memberikan keuntungan sebesar 43,33%. Usaha dikatakan layak jika nilai  $IRR > MARR$ , nilai MARR didapatkan dari perhitungan WACC sebesar 9,78%.

#### 4.7 Analisis Sensitivitas

Berdasarkan variable kenaikan biaya tenaga kerja langsung, Sava Visual akan mengalami kerugian jika kenaikan tersebut di 27%. Artinya jika biaya tenaga kerja langsung naik sebesar 27%, maka Sava Visual tidak layak untuk dijalankan.

No	Percentage Increase	NPV
1	26%	2,324,364
2	27%	-133,595
Biaya Tenaga Kerja Langsung		27%

Gambar 4.6 Analisis Sensitivitas Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berdasarkan variable penurunan terhadap harga jual, Sava Visual akan mengalami kerugian jika penurunan tersebut di 7%. Artinya jika menurunkan harga jual sebesar 7%, maka Sava Visual tidak layak untuk dijalankan.

No	Percentage Increase	NPV
1	7%	102,228
2	8%	-10,310,998
Penurunan Harga Jual		7%

Gambar 4.7 Analisis Sensitivitas Penurunan Harga Jual

## 5. Kesimpulan

Dari segi aspek pasar, Sava Visual yang berdiri di Kota Bandung ini memiliki segmen pasar spesifik yaitu pelaku usaha atau UMKM yang berada di Kota Bandung. Jumlah permintaan yang didapatkan adalah jumlah permintaan pada pelaku usaha atau UMKM yang berada di Kota Bandung sebagai *sample* tugas akhir ini. Selain itu, pemasaran yang dilakukan oleh Sava Visual ini menggunakan media social seperti Instagram.

Dari segi aspek teknis, mendapatkan penambahan fasilitas kerja dari asset yang sudah ada sebelumnya. Penambahan fasilitas kerja ini yaitu berupa Laptop, Pen tablet, Hardisk, dan software Cinema 4d sebagai penunjang untuk melakukan produksi 3D Product, selain itu pada pengerjaan tugas akhir ini menentukan jam operasional kerja dan menentukan gaji perbulan yang diterima oleh tenaga kerja. Pada aspek teknis ini semua biaya operasional mengalami peningkatan setiap tahun sesuai dengan tingkat inflasi yang terjadi di Indonesia.

Dari aspek finansial, 3D Product ini dijual di kisaran Rp. 499.000 hingga Rp. 1.000.000 namun pada pengerjaan tugas akhir ini harga jual diambil di titik tengah yaitu sebesar Rp. 749,500. Dari segi kelayakan penambahan inovasi 3D Product ini layak. Hal tersebut karena nilai NPV yang didapatkan sebesar Rp. 209.096.969 dan nilai  $IRR > MARR$  yaitu  $45,67\% > 9,78\%$  dan pengembalian modal cepat dari proyeksi 5 tahun yaitu 2,81 tahun. Analisis sensitivitas dilakukan terhadap kenaikan biaya tenaga kerja langsung dan penurunan terhadap harga jual.

**Referensi**

- [1] Suratman. (2003). *Analisis Kelayakan Produk Baru*.
- [2] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- [3] Kasmir, & J. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia group
- [4] Jakfar, K. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Kencana.
- [5] Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

