

ANALISIS KELAYAKAN PERENCANAAN PEMBUKAAN WORKSHOP PADA UMKM *BLUME SCARF* DI KABUPATEN CIREBON

1st Azra Divaliya
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
azradivaliya@student.telkomuniversity.
ac.id

2nd Budi Sulistyio
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
budisulis@telkomuniversity.ac.id

3rd Meldi Rendra
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
meldirendra@telkomuniversity.ac.id

Blume Scarf, sebuah UMKM yang didirikan pada 30 Mei 2023 di Bandung, bertujuan memenuhi kebutuhan hijab di Indonesia dengan tagline “Your Daily Scarf”. Meskipun penjualan meningkat, Blume Scarf menghadapi kendala produksi karena ketergantungan pada vendor eksternal, termasuk kualitas jahitan yang buruk, potongan kerudung yang tidak sesuai, dan produk cacat yang mencapai 15%. Hal ini menyebabkan kerugian finansial dan waktu. Analisis menggunakan fishbone diagram mengidentifikasi faktor man dan method sebagai penyebab utama masalah ini. Solusi yang diusulkan adalah membangun workshop sendiri untuk meningkatkan kontrol kualitas dan efisiensi operasional, diharapkan dapat mengurangi produk cacat dan memenuhi permintaan pasar. Analisis kelayakan bisnis dilakukan untuk memastikan bahwa ekspansi ini layak. Dari aspek pasar, ditemukan peningkatan permintaan yang konsisten dari tahun ke tahun. Dalam aspek teknis, pembukaan workshop memenuhi kebutuhan produksi UMKM Blume Scarf. Dari aspek finansial, ditemukan nilai NPV sebesar Rp391.723.353, IRR sebesar 102,98% dengan MARR sebesar 17,26%, dan payback period selama 2,30 tahun. Sehingga, secara finansial, pembukaan workshop dianggap layak dan direncanakan untuk dibuka pada tahun 2025.

Kata kunci— Kerudung, Produksi, Workshop, offline store

I. PENDAHULUAN

Kerudung atau jilbab adalah kain yang dipakai untuk menutupi aurat wanita, kini ia tengah menjadi pusat perhatian dalam dunia fashion. Salah satu UMKM yang bergerak kategori fashion dengan produk hijab di Kabupaten Bandung adalah “*Blume Scarf*”. *Blume Scarf* memiliki dua jenis kerudung yaitu segiempat dan pashmina. Karena usaha ini terbilang baru jadi *Blume Scarf* masih menggunakan konveksi dari luar atau pihak eksternal untuk menjahit kerudung.

Berdasarkan wawancara dengan pihak *Blume Scarf*, didapatkan beberapa masalah yang terdapat pada *Blume Scarf*. *Blume Scarf* memiliki masalah pada konveksi penjahitan kerudung dari produk *Blume Scarf*. *Blume Scarf* juga mengganti koveksi sampai sembilan kali dikarenakan pihak konveksi tidak sesuai standar dengan *Blume Scarf*. Hal ini membuat pengeluaran *Blume Scarf* menjadi besar dikarenakan mencari vendor yang sesuai. Konveksi kerudung yang bekerja sama *Blume Scarf* juga tergolong mahal dikarenakan kualitas produk yang didapatkan tidak sesuai dengan harga yang dikeluarkan. Selain itu pihak kualitas yang didapatkan dari pihak konveksi tidak rapi dan cacat..

Pihak *Blume Scarf* juga memiliki masalah dalam jadwal dari pihak konveksi. Tidak jarang, terdapat keterlambatan produksi pada produksi sehingga waktu pengiriman produk menjadi terlambat.

TABEL 1
ALTERNATIF SOLUSI

No.	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1	Produk cacat hingga 15% dari total produk	Perancangan pembukaan <i>workshop</i> pada UMKM <i>Blume Scarf</i>
2	Konveksi tidak sesuai dengan standar <i>Blume Scarf</i>	
3	Waktu perbaikan produk cacat hingga dua minggu	Memberikan tenggat waktu untuk vendor dan memastikan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati

Blume Scarf menghadapi kendala dengan vendor outsourcing yang tidak mampu memenuhi permintaan dan menyebabkan proses produksi tidak maksimal. Alternatif yang dipilih adalah membangun *workshop* sendiri untuk meminimalkan produk cacat melalui pemantauan langsung dan kepatuhan terhadap SOP. Tujuan lain dari pembangunan *workshop* ini adalah meningkatkan profit perusahaan dengan mengurangi produk cacat. Oleh karena itu, diperlukan analisis kelayakan bisnis untuk memastikan bahwa ekspansi ini layak dilakukan, sehingga dapat meminimalisir hambatan dan risiko di masa depan

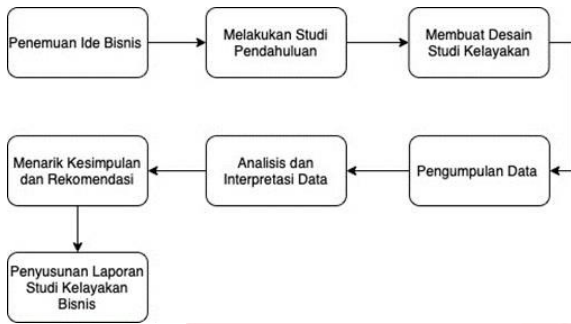
II. KAJIAN TEORI

A. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan bisnis adalah penelitian dan penilaian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilakukan dengan berhasil (menguntungkan). Pengertian menguntungkan berhasil atau layak, ada yang menafsirkan dalam arti sempit dan arti luas. Pengertian dalam arti luas, biasanya pemerintah atau lembaga non-profit disamping manfaat ekonomi masih ada manfaat lain yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan (Reza Nurul, 2019:3).

B. Tahapan Studi Kelayakan

Menurut Suliyanto (2010: 7-8), secara umum studi kelayakan bisnis meliputi langkah-langkah sebagai berikut:



GAMBAR 1

TAHAPAN ANALISIS KELAYAKAN

C. Aspek Pasar

Menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert (2006) dalam bukunya yang berjudul "Business" yang diterjemahkan oleh sita, dalam studi kelayakan proyek, aspek pasar menempati urutan pertama dalam studi kelayakan proyek, tetapi tidak berarti aspek pasar adalah yang terpenting dibandingkan aspek yang lain. Aspek pasar ditempatkan pada urutan pertama kegiatan studi kelayakan proyek dikarenakan apabila tidak ada pasar yang menyerap hasil produksi, maka rencana investasi akan dibatalkan. Terdapat beberapa aspek pasar yang digunakan untuk melihat kondisipasar saat ini.

- 1) Memerhitungkan market potensial yang tersedia
- 2) Memerhitungkan market share tersedia dari seluruh pasar potensial
- 3) Mempertimbangkan strategi pemasaran yang akan digunakan

D. Pengertian Strategi Pemasaran

Kotler dan Keller (2013:35) mendefinisikan strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.. dalam strategi pemsaran terdapat dua bagian yang diperlukan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pasar target
- 2) Bauran pemasaran

E. Marketing Mix 4P

McCarthy mengelompokkan aktivitas-aktivitas bauran pemasaran menjadi empat kelompok yang dikenal sebagai 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*.

F. Demand Forecasting

Heizer dan Render (2015:113) mendefinisikan peramalan (*forecasting*) adalah suatu seni dan ilmu pengetahuan dalam memprediksi peristiwa pada masa mendatang. Peramalan akan melibatkan pengambilan data historis (penjualan tahun lalu) dan memproyeksi mereka ke masa yang akan datang dengan model matematika.

Menurut Russell dan Taylor (2011:497), peramalan permintaan produk menentukan seberapa banyak persediaan yang dibutuhkan, seberapa banyak produk yang harus dibuat dan seberapa banyak material yang harus dibeli dari supplier untuk mencapai kebutuhan pelanggan yang sudah diramalkan. Tanpa peramalan yang tepat, persediaan dalam jumlah dan biaya yang besar

harus dipersiapkan untuk mengantisipasi ketidakpastian permintaan oleh pelanggan.

G. Aspek Teknis

Aspek teknis berkaitan langsung dengan segala hal teknis dan spesifik sebuah kegiatan proses bisnis yang akan dijalankan dan sedang berjalan.

Pentingnya pemilihan lokasi pabrik adalah untuk menentukan keberhasilan suatu usaha hubungannya dengan biaya operasi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi pabrik (Hindriyani, 2010) sebagai berikut:

- 1) Letak konsumen pasar
- 2) Sumber bahan baku
- 3) Sumber tenaga kerja
- 4) Listrik
- 5) Transportasi
- 6) Peraturan pemerintah

H. Aspek Finansial

Evaluasi aspek finansial biasanya dilakukan setelah evaluasi aspek-aspek lain dilakukan. Setelah evaluasi aspek-aspek lain selesai, perlu menghitung perkiraan jumlah dana yang dibutuhkan. Baik dana untuk pengadaan investasi proyek maupun kebutuhan dana modal kerja awal. Dari segi finansial, suatu proyek dapat dikatakan layak apabila mampu memenuhi kewajiban finansial, serta dapat memberikan keuntungan. Menganalisis aspek keunagan dari suatu studi kelayakan proyek bisnis bertujuan untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya serta manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan anantara pengeluaran dan pendapatan seperti, ketersediaan dana, biaya modal kempuan proyek untuk membayar Kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat terus dikembangkan.

III. METODE

Memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah penelitian, waktu peneltian, sumber data, cara perolehan data dan menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian [10 pts].

A. Tahap Pendahuluan

Bagian awal penelitian, yang disebut tahap pendahuluan, mengandung sejumlah informasi yang menjadi dasar dari penelitian tersebut, memungkinkan pengungkapan permasalahan yang tengah dihadapi. Pada tahap ini, terdapat penjabaran mengenai penentuan latar belakang masalah, pengidentifikasian rumusan masalah, pembatasan masalah, serta tujuan dan manfaat dari penelitian.

B. Tahap Pengumpulan Data

Bagian awal penelitian, yang disebut tahap pendahuluan, mengandung sejumlah informasi yang menjadi dasar dari penelitian tersebut, memungkinkan pengungkapan permasalahan yang tengah dihadapi. Pada tahap ini, terdapat penjabaran mengenai penentuan latar belakang masalah, pengidentifikasian rumusan masalah, pembatasan masalah, serta tujuan dan manfaat dari penelitian.

1) Data primer

Data primer terdiri dari dua metode pengumpulan, yaitu observasi langsung di

lapangan dan wawancara. Pengumpulan data mengenai aspek pasar dilakukan melalui wawancara dengan pihak objek penelitian, dengan tujuan memperoleh informasi mengenai data volume penjualan. Pengumpulan data aspek lingkungan menggunakan metode observasi dengan pengamatan kemungkinan limbah yang dihasilkan dari pabrik yang akan di bangun.

2) Data sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi langsung melalui media internet untuk mendapatkan berbagai informasi. Pengumpulan data pada aspek pasar mencakup data pendukung seperti penggunaan kerudung dan permintaan kerudung.

C. Tahap Pengolahan Data

Tahap selanjutnya adalah tahap pengolahan data yaitu tahap yang dilakukan dengan mengolah data yang sudah dikumpulkan sebelumnya menggunakan metode ilmiah. Pada penelitian ini terdapat data yang perlu di olah yaitu:

1) Aspek Pasar

Setelah mendapatkan data dari proses wawancara dengan pihak yang menjadi objek penelitian dan mencari data pendukung dari sumber sekunder, data tersebut akan diolah untuk mendapatkan informasi peramalan pendapatan di masa yang akan datang, yang juga dikenal sebagai *demand forecasting*.

2) Aspek Teknis

- o Penentuan proses produksi dan estimasi waktu produksi
- o Kapasitas produksi
- o Kebutuhan tenaga kerja
- o *Layout workshop*
- o Estimasi biaya produksi
- o Aspek lingkungan
- o Aspek finansial
- o Perancangan kelayakan investasi
- o Analisis sensitivitas

D. Verifikasi dan Validasi

Kegiatan ini melibatkan pemeriksaan hasil penelitian dan perhitungan bertujuan untuk memverifikasi bahwa hasil dari pengolahan data sesuai dengan permasalahan yang ada dan sesuai dengan solusi yang diharapkan.

1) Deskripsi Mekanisme Verifikasi

Mekanisme verifikasi memiliki tujuan untuk memastikan bahwa perhitungan yang telah dilakukan konsisten dengan acuan atau referensi yang digunakan. Verifikasi dilakukan terhadap metode penentuan kelayakan finansial, seperti Net Present Value (NPV) dan Internal Rate of Return (IRR). Proses verifikasi NPV melibatkan penilaian sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk NPV, sementara verifikasi IRR dilakukan dengan membandingkan hasil IRR dengan kriteria pengambilan keputusan untuk IRR.

2) Deskripsi Mekanisme Validasi

Proses validasi yang diimplementasikan memiliki tujuan untuk memverifikasi bahwa hasil perencanaan sesuai dengan preferensi para pemangku kepentingan. Stakeholder

dalam konteks penelitian ini adalah pemilik usaha. Validasi dilakukan dengan memaparkan hasil rancangan kepada pemilik usaha dan mengevaluasi kesesuaian dengan keinginan serta tujuan yang dimiliki oleh pemilik usaha dalam merencanakan dan mengelola usahanya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha



GAMBAR 2
BLUME SCARF

Blume Scarf merupakan usaha yang bergerak di bidang industri fashion khususnya pada hijab. *Blume Scarf* berdiri pada 29 Mei 2023 dan mengubah namanya menjadi *Blume Scarf* pada Februari 2024. Saat ini *Blume Scarf* hanya memiliki toko online dan tempat penyimpanan produk atau gudang terletak di jl. Sukabirus No.89, Kabupaten Bandung. *Blume Scarf* menawarkan produk hijab dengan berbagai bentuk, bahan dan warna. Saat ini *Blume Scarf* memiliki 3 *collection* yaitu, *square*, *pashmina*, dan *pashmina instan*.



GAMBAR 3
PRODUK BLUME SCARF

B. Pengumpulan Data

1) Lokasi Alternatif 1

Lokasi alternatif 1 terletak pada jatinangor, Kabupaten Sumedang. Lokasi ini ruko berukuran 6x6 meter. Ruko ini berlokasi di jalan yang cukup besar dekat dengan pertokoan dan kampus. Berikut merupakan jarak antara *Supplier* kain dengan lokasi Alternatif 1.

Supplier kain berlokasi di Kota Bandung, sedangkan konveksi berlokasi di Kabupaten Bandung dengan jarak tempuh sekitar 31,2 km. Total biaya transportasi yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp204.800, mencakup perjalanan dari lokasi usulan ke vendor dan kembali dari vendor ke lokasi usulan. Berikut merupakan aspek finansial dari lokasi alternatif 1

TABEL 2
ASPEK FINANSIAL ALTERNATIF 1

No	Komponen	Periode	Harga
1	Sewa Ruko (6x6m)	1 Tahun	Rp 30.000.000
2	Biaya Transportasi	1 Tahun	Rp 9.830.400
3	Biaya Tenaga Kerja Langsung	1 Tahun	Rp 41.910.000
Total			Rp 81.740.400

2) Lokasi Alternatif 2

Lokasi alternatif kedua ditentukan dari kota yang memiliki perkembangan pesat di Jawa Barat. Menurut Danang Parikesit, Ketua Yayasan Nusa Patris Infrastruktur, sebuah lembaga think-tank di bidang infrastruktur, Cirebon memiliki potensi besar untuk menjadi kota metropolitan. "Ketersediaan fasilitas infrastruktur di Cirebon membuat wilayah ini siap menerima industri yang direlokasi dari Jakarta. Oleh karena itu, lokasi alternatif diusulkan di Kota Cirebon yang berlokasi di Jl. Cideng Raya, Kertawinangun, Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon. Berikut merupakan lokasi alternatif 2. Ruko ini berukuran 13m x 5,5 m. Ruko yang akan di sewa berada di lantai bawah. Fasilitas ruko sudah terdapat kamar mandi dalam.

Supplier kain berlokasi di Kota Cirebon, sedangkan konveksi berlokasi di Kabupaten Bandung dengan jarak tempuh sekitar 5 km. Total biaya transportasi yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp68.000, mencakup perjalanan dari lokasi usulan ke vendor dan kembali dari vendor ke lokasi usulan. Berikut merupakan aspek finansial alternatif 2.

TABEL 3

ASPEK FINANSIAL ALTERNATIF 2

No	Komponen	Periode	Harga
1	Sewa Ruko (5,5x13m)	1 Tahun	Rp 24.000.000
2	Biaya Transportasi	1 Tahun	Rp 1.632.000
3	Tenaga Kerja	1 Tahun	Rp 29.169.360
Total			Rp 53.409.360

3) Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi yang layak merupakan tahap penting setelah menentukan alternatif lokasi. Hal ini ditentukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain:

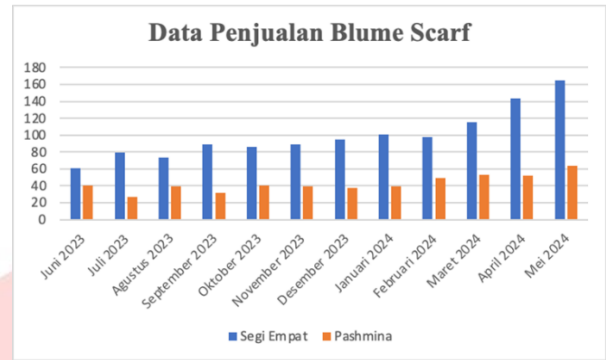
- o Jarak ke supplier
- o Aspek finansial lokasi

Pemilihan lokasi yang tepat penting untuk keberhasilan jangka panjang bisnis. Setelah meninjau dua alternatif lokasi, lokasi kedua di Kabupaten Cirebon dipilih karena memiliki lebih banyak keunggulan. Jarak ke supplier hanya 5 km, mengurangi biaya dan waktu pengiriman. Dari aspek finansial, biaya transportasi dan upah minimum regional lebih rendah dibandingkan dengan lokasi pertama di Kabupaten Sumedang, sehingga mengurangi biaya operasional dan tenaga kerja. Selain itu, biaya sewa di lokasi kedua lebih murah. Dengan keunggulan ini, lokasi di Kabupaten Cirebon diharapkan mendukung efisiensi biaya, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis jangka panjang.

Berdasarkan hasil analisis tabel, lokasi alternatif 1 tampak lebih menguntungkan bagi UMKM Blume Scarf dalam merencanakan pembangunan *workshop* dan toko *offline*.

C. Pengumpulan Data Aspek Pasar

1) Data Historis Penjualan



GAMBAR 4

DATA PENJUALAN BLUME SCARF

Berdasarkan diagram diatas penjualan blume scarf terus meningkat di setiap bulannya dikarenakan blume scarf memfokuskan di pemasaran menggunakan mouth to mouth (penawaran secara langsung) dan sosial media seperti, instagram *ads*, shopee *ads*, dan tiktok *ads*.

2) Pengolahan Data Aspek Pasar

Proses pengolahan data pasar bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan guna meramalkan atau mengestimasi penjualan di masa depan. Estimasi penjualan ini diharapkan dapat meliputi periode lima tahun ke depan. Data historis Blume Scarf dari tahun 2023 hingga 2024 akan menjadi fokus dalam pengolahan ini.

3) Pola Data

Data Penjualan Hijab Segiempat



GAMBAR 5

PERMINTAAN HIJAB BLUME SCARF

Berdasarkan gambar diatas data yang ditunjukkan masuk kedalam kategori *Cycle Pattern* karena grafik nya meningkat secara berkala atau konstan. Dengan permintaan yang terus meningkat untuk menentukan peramalan permintaan di masa yang akan datang ditentukan menggunakan teknik *moving averages*, *weight moving averages* dan *exponential smoothing methods*.

Setelah menentukan pola dari permintaan selanjutnya menentukan metode yang akan dipakai dengan mencari data error dari metode tersebut. Berikut merupakan Hasil MSE dari ketiga metode tersebut

TABEL 4
PENENTUAN METODE

Metode	MSE
DMA 2X2	216,863
DMA 2X3	367,619
DMA 3X3	311,316
SES SOLVER	205,726
DES SOLVER	121,151
WMA	423,671
SMA 2	321,100



GAMBAR 6
PERMINTAAN HIJAB BLUME SCARF

Berdasarkan gambar diatas data yang ditunjukkan masuk kedalam kategori *Cycle Pattern* karena grafik nya meningkat secara berkala atau konstan. Dengan permintaan yang terus meningkat untuk menentukan peramalan permintaan di masa yang akan datang ditentukan menggunakan teknik *moving averages*, *weight moving averages* dan *exponential smoothing methods*.

Setelah menentukan pola dari permintaan selanjutnya menentukan metode yang akan dipakai dengan mencari data error dari metode tersebut. Berikut merupakan Hasil MSE dari ketiga metode tersebut

TABEL 5
PENENTUAN METODE

Metode	MSE
SMA 2	40,300
DMA 2X2	34,885
DMA 2X3	48,472
DMA 3X3	32,789
SES SOLVER	54,399
DES SOLVER	49,161
WMA	48,743

D. *Segmenting, Targeting, Positioning* Eksisting

1) *Segmenting*

- o Segementasi Geografis

UMKM Blume Scarf menerapkan segmentasi pasar geografis mencatat jumlah pembelian terbanyak setiap bulan untuk produk hijab mereka di Kabupaten Bandung. Selain itu, penjualan mereka juga mulai merambah ke Kota Cirebon dan wilayah Jabodetabek.

- o Segementasi Demografi

Segmentasi demografi berdasarkan pengamatan rata-rata konsumen yang membeli produk Blume Scarf berada dalam rentang usia 20 hingga 30 tahun ke atas dan secara finansial termasuk dalam ekonomi menengah ke atas. Hal ini didukung oleh latar belakang profesi konsumen yang beragam, seperti karyawan kantor, pelajar atau mahasiswa, dan ibu rumah tangga.

- o Segementasi Psikografis

Segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup menunjukkan bahwa rata-rata konsumen yang membeli hijab Blume Scarf melakukannya karena harganya yang terjangkau, sehingga mereka senang mengalokasikan uangnya untuk berbelanja hijab di Blume Scarf.

- o Segementasi Perilaku

Salah satu yang diterapkan oleh Blume Scarf adalah mendengar umpan balik dari setiap konsumen yang telah membeli dan memakai produk dari Blume Scarf. Mayoritas konsumen memberikan respons positif dengan menunjukkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan, serta memiliki tingkat pengetahuan dan pengalaman yang baik terhadap produk hijab dari Blume Scarf.

2) *Targeting*

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Blume Scarf adalah *Produk Specialization*, yaitu Blume Scarf akan mengkhususkan diri dalam produk hijab berkualitas tinggi an menawarkan produk kepada berbagai segmen pasar seperti, remaja, dewasa, dan lansia.

3) *Positioning*

Blume Scarf berusaha untuk menjadi penyedia produk hijab dengan berbagai model, bahan, dan warna berkualitas tinggi, namun tetap terjangkau bagi semua wanita atau konsumen, sehingga mereka dapat menggunakan produk Blume Scarf.

E. Strategi Pemasaran *Marketing Mix* Eksisting

1) *Product*

Produk yang ditawarkan oleh Blume Scarf berupa hijab segiempat polos dan printing, pashmina, dan pashmina instan. Dengan bahan, warna dan ukuran yang berbeda-beda.

2) *Price*

Harga yang ditawarkan oleh Blume Scarf mulai dari Rp 37.000. Startegi penentuan harga yang dilakukan oleh blume scarf yaitu menawarkan produk dengan harga kompetitif dalam industri fashion khusus nya hijab. Dengan strategi tersebut, blume scarf sensitive terhadap elastisitas harga dan permintaan konsumen agar dapat memperoleh volume penjualan yang tinggi dan luas dengan cepat.

3) *Place*

Blume Scarf berlokasi di Jl. Sukabirus No. 89, Kabupaten Bandung. Lokasi tersebut berfungsi sebagai gudang atau tempat penyimpanan barang.

4) Promotion

TABEL 6
RENCANA PEMASARAN

Rencana Pemasaran	Keterangan	Frekuensi Per tahun	Total Biaya
Instagram & Tiktok Promotion	Memberikan informasi mengenai bahan dan perawatan kerudung	20	Rp 200.000
	Menggunakan fitur ads di sosial media	4	
	Melakukan siaran langsung (penjualan online)	15	
Kontes atau Giveaway	Mengadakan kontes atau giveaway di sosial media untuk meningkatkan keterlibatan konsumen	6	Rp 200.000
Discount	Memberikan potongan harga	-	-
Marketplace	Menggunakan toko online untuk membantu penjualan	-	-
TOTAL			Rp 400.000

F. Pengumpulan Aspek Teknis

1) Kebutuhan Produksi Eksisting

TABEL 7
KEBUTUHAN PRODUKSI EKSISTING

No	Komponen	Kebutuhan Per Produk	Satuan	Harga Satuan
1	Kain Segiempat	120	cm	Rp 20.000
2	Kain Pashmina	180x75	cm	Rp 23.000
3	Label	1	pcs	Rp 938
4	Benang & Jasa Jahit Label	1	pcs	Rp 1.500
5	Jasa Jahit Hijab Segiempat	1	pcs	Rp 5.000
	Jasa Jahit Hijab Pashmina	1	pcs	Rp 8.000

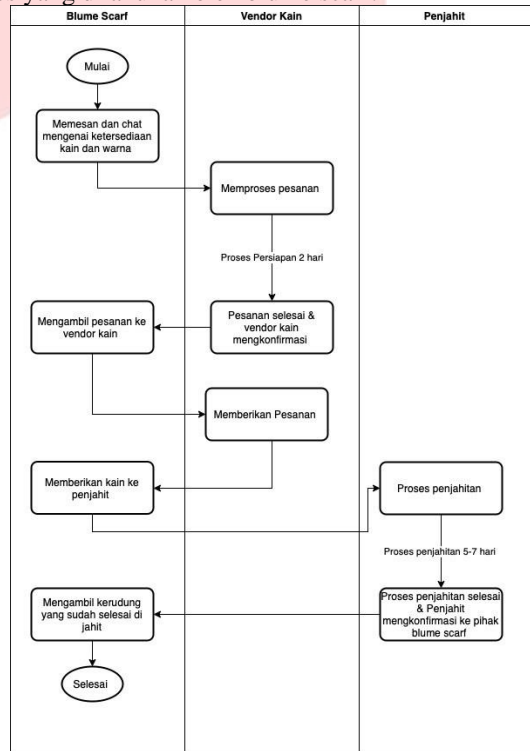
Selain kebutuhan material utama, dibutuhkan juga kebutuhan packaging dari preoses produksi. Untuk proses packaging terdapat 2 komponen yaitu, plastik ziplock dan plastik polymailer.

TABEL 8
BIAYA PACKING

No	Komponen	Harga Satuan
1	Plastik Ziplock	Rp 1.000
2	Plastik Polymailer	Rp 300
3	Thank you Card	Rp 200

G. Proses Produksi Eksisting

Proses bisnis dibutuhkan untuk mengetahui aktivitas atau proses yang dilakukan oleh blume scarf.



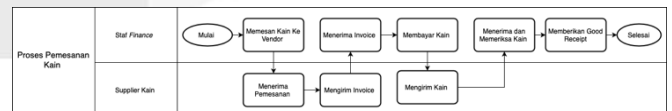
GAMBAR 6

PROSES PRODUKSI EKSISTING

H. Pengolahan Data Aspek Teknis dan Operasional

Pengolahan data pada aspek teknis dan operasional bertujuan untuk mencapai desain teknis yang baik dan optimal dalam pembangunan workshop Blume Scarf. Faktor-faktor yang dipertimbangkan yaitu meliputi proses bisnis, perencanaan fasilitas dan mesin, estimasi waktu proses produksi, estimasi kebutuhan tenaga kerja, tata letak, layout, dan estimasi biaya investasi.

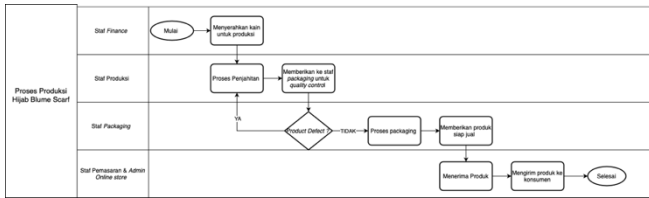
I. Proses Bisnis Usulan



GAMBAR 7

PROSES PEMESANAN KAIN

Proses bisnis yang di usulkan memiliki waktu yang lebih singkat, untuk pemesanan kain dikarenakan jarak supplier dengan alternatif lokasi hanya 5 km. setelah melakukan proses pemesanan kain selanjutnya dilakukan proses produksi



GAMBAR 8
PROSES PRODUKSI

Setelah menentukan proses produksi selanjutnya dilakukan perhitungan proses penjahitan per produk.

TABEL 9
PERHITUNGAN WAKTU PRODUKSI HIJAB

No	Keterangan	Waktu Proses (Second)
1	Pemotongan Kain	78
2	Pemasangan Benang ke Mesin	65
3	Penjahitan 4 Sisi	243
4	Penjahitan Label	121
Total		507

J. Fasilitas dan Mesin Usulan

Diperlukan delapan jenis peralatan untuk mengoptimalkan fasilitas workshop yang akan dibangun. Selain fasilitas yang memadai, diperlukan juga mesin untuk meningkatkan efisiensi produksi UMKM Blume Scarf

TABEL 10
JUMLAH MESIN USULAN

No	Keterangan	Jumlah
1	Meja Packing	1
2	Rak Penyimpanan	2
3	Rak susun (Display)	1
4	Gantungan (Hanger)	30
5	Ring light	1
6	Laptop	1
7	Terminal Charge	2
8	Kursi	7
9	Jarum Jahit	4
10	Gunting	5
11	Meja Finance	1
12	Handphone	1
13	Mesin Jahit	5

Selain peralatan berikut merupakan material yang dibutuhkan. Kebutuhan material usulan dihitung berdasarkan ukuran kerudung dihitung dari harga per gulungan.

TABEL 11
KEBUTUHAN MATERIAL UTAMA USULAN

No	Komponen	Kebutuhan Per Produk	Satuan	Harga Satuan
1	Kain Segiempat	120	cm	Rp 15.000
2	Kain Pashmina	180x75	cm	Rp17.000
3	Label	1	pcs	Rp 938

No	Komponen	Kebutuhan Per Produk	Satuan	Harga Satuan
4	Benang	5	meter	Rp 50.000
5	Benang label	2	meter	Rp 19.500

K. Tenaga Kerja Usulan

TABEL 12
TENAGA KERJA USULAN

Posisi	2025	2026	2027	2028	2029
Staf Produksi	2	2	2	2	2
Staf Pengemasan	0	0	1	2	2
Staf Pemasaran & Admin Online Store	1	1	1	1	1
Staf Keuangan	1	1	1	1	1

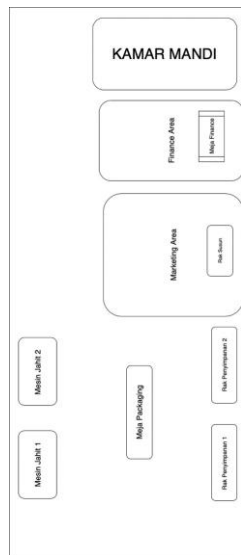
Tenaga kerja yang dibutuhkan telah disesuaikan dengan durasi proses produksi dan kebutuhan operasional workshop. Terdapat empat divisi, namun pada tahun 2025 dan 2026, staf pengemasan tidak diperlukan karena volume produksi masih rendah sehingga pengemasan bisa ditangani oleh staf produksi. Penentuan jumlah tenaga kerja ini mempertimbangkan fasilitas dan mesin yang diajukan serta proyeksi penjualan. Dengan demikian, proses produksi dapat berjalan secara efisien.

L. Lokasi dan Layout Warehouse Usulan

Workshop berlokasi di Jl. Cideng Raya, Kertawinangun, Kec. Kedawung, Kabupaten Cirebon. Lokasi tersebut merupakan wilayah strategis karena akses yang mudah karena dekat dengan rumah warga, kampus dan pusat kota atau pusat perbelanjaan. Berikut merupakan lokasi workshop dari Blume Scarf



GAMBAR 9
LOKASI USULAN BLUME SCARF



GAMBAR 10
LAYOUT WORKSHOP

Layout usulan untuk workshop telah dirancang dengan dilengkapi fasilitas untuk toko offline. Fasilitas tersebut sudah memadai untuk mendukung kegiatan produksi dan operasional toko.

M. Pengumpulan Data Aspek Finansial

- o Biaya Investasi

Biaya investasi untuk fasilitas dan mesin Blume Scarf mencapai Rp14.172.564. Biaya ini mencakup fasilitas yang diperlukan untuk produksi dan toko. Fasilitas toko meliputi rak untuk menampilkan produk, cermin, dan beberapa manekin untuk meningkatkan estetika toko serta mempermudah konsumen melihat produk. Sementara itu, untuk kebutuhan produksi, tersedia mesin dan rak penyimpanan yang digunakan untuk menyimpan hijab yang sudah siap dijual.

- o Harga Pokok Penjualan

Pada tahun 2025, harga jual produk Blume Scarf adalah Rp37.000 dengan keuntungan 30%. Pada tahun 2026, harga naik menjadi Rp43.000 dengan keuntungan 35%. Pada tahun 2027, harga mencapai Rp49.000 dengan keuntungan 40%. Pada tahun 2028, harga naik lagi menjadi Rp51.000 dengan keuntungan 55%, dan pada tahun 2029, harga menjadi Rp52.000 dengan keuntungan 85%. Kenaikan harga setiap tahun disebabkan oleh peningkatan harga bahan baku yang mengikuti inflasi. Keuntungan yang semakin besar tiap tahun disebabkan oleh peningkatan penjualan, yang membuat biaya operasional terbagi merata di antara produk yang dijual, sehingga keuntungan meningkat signifikan pada tahun 2029. Harga jual untuk hijab pashmina dan segiempat dianggap sama karena biaya operasional tidak bisa dibagi rata.

- o Biaya Listrik dan Biaya *Maintenance*

Biaya listrik adalah biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan listrik di workshop. Biaya ini dihitung dengan mengalikan daya listrik yang digunakan oleh peralatan dan fasilitas selama jam operasional dengan tarif daya listrik (TDL) sebesar Rp1.444,70 per kilowatt-hour (kWh). Total biaya listrik yang dikeluarkan setiap tahunnya

Rp5.574.554. Biaya ini sudah termasuk keperluan mesin jahit, AC, printer, dan *charge*.

Biaya *maintenance* tahunan untuk mesin jahit sebesar Rp300.000. Karena mesin jahit digunakan setiap hari, maka diperlukan untuk mencegah kerusakan dan memastikan kelancaran operasional.

- o Biaya Sewa Lokasi

Biaya sewa lokasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar sewa tempat. UMKM Blume Scarf menyewa sebuah ruko dengan ukuran 13 meter x 5.5 meter yang terletak di Jalan Cideng Raya, Kertawinangun, Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon. Biaya sewa lokasi ini sebesar Rp 2.000.000 per bulan atau setara dengan Rp 24.000.000 per tahun. Biaya sewa yang dikeluarkan sudah termasuk biaya keamanan dan kebersihan.

- o Biaya Depresiasi

Biaya depresiasi adalah pengeluaran yang terjadi untuk menghitung penurunan nilai suatu aset atau fasilitas berdasarkan pembagian umur ekonomis. Biaya depresiasi dihitung mulai tahun 2025 hingga 2029 setelah workshop dibuka. Total biaya depresiasi mesin dan fasilitas setiap tahunnya adalah Rp1.369.049

- o Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk pegawai yang bekerja pada usaha yang dijalankan. Biaya yang dikeluarkan didapatkan dari data UMR Kabupaten Cirebon adalah Rp2.430.780. Biaya tenaga kerja langsung mencakup gaji untuk 4 karyawan, di mana setiap tahun mereka menerima Tunjangan Hari Raya (THR) setara dengan satu kali gaji. Total pengeluaran untuk gaji di tahun 2025 Rp58.338.720. Gaji tenaga kerja langsung akan meningkat sebanyak 2,51% dipengaruhi oleh inflasi bulan juni 2024 (Bank Indonesia, 2024).

- o Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dikeluarkan untuk mempromosikan produk Blume Scarf. Saat ini, upaya pemasaran Blume Scarf belum optimal. Strategi pemasaran yang dapat digunakan antara lain memanfaatkan media sosial untuk membuat konten menarik, beriklan langsung di platform seperti Instagram atau TikTok, memberikan diskon atau paket bundling, serta mengadakan kontes atau giveaway. Anggaran yang dialokasikan untuk pemasaran dan promosi adalah sebesar Rp 400.000 per tahun.

- o Sumber Dana

Sumber dana yang digunakan untuk membangun workshop dan *offline store* meliputi biaya investasi dan *working capital*.

TABEL 13
SUMBER DANA

Keterangan	Biaya
Biaya Investasi	Rp 14.172.564
Working Capital	Rp 58.261.695
TOTAL	Rp 72.434.259
Owner Equity	Rp 72.434.259

N. Pengolahan Data Aspek Finansial

Pada tahap pengolahan data aspek finansial, data yang telah terkumpul akan diolah untuk mendapatkan data biaya

produksi, harga jual produk, peramalan laba rugi, laporan keuangan proyektif, arus kas, dan proyeksi neraca keuangan.

o Data Finansial

Data finansial mencakup semua pengeluaran yang dikeluarkan setiap tahunnya, termasuk biaya langsung, biaya produksi, dan biaya operasional. Informasi ini memberikan proyeksi yang akan dikeluarkan oleh UMKM Blume Scarf. Total dari *production and operational cost* pada tahun 2025 sebesar Rp229.587.099, tahun 2027 Rp344.789.929, tahun 2027 Rp465.761.440, tahun 2028 Rp529.823.323, dan tahun 2029 Rp532.463.703.

o Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi laba rugi bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pembukaan workshop hijab Blume Scarf pada periode tertentu. Terdapat dua komponen utama yang dibutuhkan untuk menyusun proyeksi laba rugi yaitu total pemasukan dan total pengeluaran. Laporan laba rugi diproyeksikan selama empat tahun kedepan. *Earning After Interest and Tax* tahun 2025 Rp25.335.992, tahun 2026 Rp68.607070, tahun 2027 Rp138.770.834, tahun 2028 Rp237.974.890, dan tahun 2029 Rp391.161.174.

o Proyeksi Cashflow

Proyeksi *cashflow* digunakan untuk memprediksi aliran kas dari suatu usaha dalam periode waktu tertentu, berfokus pada dua aspek yaitu, pemasukan kas (*cash in*) dan pengeluaran kas (*cash out*). Saldo kas akhir Rp58.261.695, tahun 2025 Rp84.866.736, tahun 2026. Rp154.842.855, tahun 2027. Rp534.326.678, tahun 2028. Rp926.856.901, tahun 2029.

o Neraca

Neraca merupakan salah satu laporan keuangan terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan diharuskan untuk menyajikan laporan keuangan dalam bentuk neraca. Neraca biasanya disusun pada periode tertentu untuk mengetahui kondisi perusahaan.

o Analisis Kelayakan

Analisis kelayakan usaha berperan untuk mengevaluasi apakah suatu usaha layak atau tidak dari segi keuangan. Data yang telah diolah sebelumnya yaitu laporan laba rugi, laporan arus kas, dan neraca, selanjutnya akan digunakan untuk menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis atau layanan jasa. Dalam penelitian ini, analisis kelayakan dilakukan dengan menggunakan metode *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period (PBP)*. Nilai *Minimum Acceptable Rate of Return (MARR)* atau tingkat pengembalian minimum juga menjadi faktor kunci dalam perhitungan kelayakan. *Payback Periode* yang didapatkan selama 2.30, IRR102,89%. Berdasarkan analisis kelayakan dengan PBP 2,30 MARR 17.26% dinyatakan layak karena MARR lebih besar dari hasil IRR.

O. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas diperlukan untuk memperkirakan ketidakpastian yang mungkin terjadi dalam suatu bisnis. Ketidakpastian ini dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan. Tujuan dilaksanakannya analisis sensitivitas dalam tugas akhir ini adalah untuk mengukur sejauh mana dampak penurunan harga jual dan kenaikan harga bahan material terhadap pendapatan, serta apakah perusahaan akan tetap memperoleh keuntungan atau tidak. Dalam penelitian ini dilakukan analisis sensitivitas terhadap kenaikan harga

material sebesar 61,68% dan sensitif terhadap penurunan total pendapatan penjualan sebesar 23,00%. Hasil analisis menunjukkan bahwa kenaikan harga material tidak sensitif pada tahun 2025 dan tahun 2026. Namun, kenaikan ini menjadi sensitif pada tahun 2027 hingga 2029. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM Blume Scarf tetap memperoleh keuntungan pada tahun 2027 hingga 2029, namun menghadapi risiko yang cukup tinggi pada tahun 2026.

P. Hasil Rancangan

TABEL 14
HASIL RANCANGAN

No	Perancangan	Hasil Rancangan
1	Proses Bisnis	Proses Produksi hijab 507 detik atau 8,45 menit per-pcs
2	Layout	
3	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Tenaga kerja 2025, tenaga kerja mengalami perubahan setiap tahunnya mengikuti jumlah produksi. Staf Produksi : 2 orang Staf <i>Packaging</i> : - Staf Marketing: 1 orang Staf <i>Finance</i> : 1 orang
4	Mesin dan Fasilitas	Mesin : 2 Mesin jahit Fasilitas: 1 Meja <i>packing</i> 2 Rak penyimpanan 1 Rak susun 30 Gantungan 1 <i>Ring light</i> 1 Laptop

No	Perancangan	Hasil Rancangan
		2 Terminal <i>charge</i> 6 Kursi 3 Jarum Jahit 4 Gunting 1 Meja <i>finance</i> 1 Printer resi 1 <i>Handphone</i>
5	Net Present Value (NPV)	Nilai NPV yang diperoleh adalah Rp391.723.353. Nilai NPV diterima dikarenakan NPV bernilai positif atau lebih dari 0.
6	Payback Period (PBP)	Periode pengembalian modal adalah 2,30 Tahun.
7	Interest Rate of Return (IRR)	Nilai IRR adalah sebesar 102,98% > MARR sebesar 17,26%, maka IRR dapat diterima.
8	Analisis Sensitivitas	Analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya material sebesar 61,68% dan terhadap penurunan jumlah pendapatan sebesar 23%. Tidak sensitif pada tahun 2025 dan tahun 2026.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aspek Pasar

Setelah melakukan analisis menggunakan metode Regresi Linear di Microsoft Excel, UMKM Blume Scarf telah berhasil melakukan peramalan penjualan untuk hijab segiempat dan pashmina selama empat tahun ke depan, berdasarkan data historis kunjungan pasien selama satu tahun terakhir dari Juni 2023 hingga Mei 2024. Hasil estimasi menunjukkan bahwa penjualan hijab segiempat diproyeksikan mencapai 5.940 *pcs* pada tahun 2025, 8.532 *pcs* pada tahun 2026, 11.124 *pcs* pada tahun 2027, 13.716 *pcs* pada tahun 2028, dan 16.308 *pcs* pada tahun 2029. Sementara itu, penjualan hijab pashmina diperkirakan mencapai 954 *pcs* pada tahun 2025, 1.098 *pcs* pada tahun 2026, 1.242 *pcs* pada tahun 2027, dan 1.386 *pcs* pada tahun 2028 dan 1.503 *pcs* pada tahun 2029. Dengan hasil peramalan ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun, menandakan prospek yang positif atau layak untuk perkembangan bisnis UMKM Blume Scarf di masa depan.

2. Aspek Teknis

Secara teknis, pembukaan workshop dan offline store dapat dikatakan **Layak** karena hasil rancangan

memenuhi kebutuhan produksi UMKM Blume Scarf, dan akan dijelaskan pada poin-poin berikut ini:

- a) Proses Produksi
Proses Produksi hijab Scarf terbagi menjadi empat tahap, pemotongan kain, persiapan mesin jahit dengan menggunakan warna benang sesuai dengan warna hijab yang akan di jahit, proses penjahitan tepi kerudung, dan proses penjahitan label. Total waktu proses yang dibutuhkan untuk menjahit satu hijab baru adalah selama 507 detik atau 8,45 menit.
 - b) Kebutuhan Mesin dan Fasilitas
Kebutuhan mesin dan fasilitas untuk proses pembukaan *workshop* UMKM Blume Scarf yaitu, 2 Mesin jahit, 1 Meja *packing*, 2 Rak penyimpanan, 1 Rak susun, 30 Gantungan, 1 *Ring light*, 1 Laptop, 2 Terminal *charge*, 6 Kursi, 3 Jarum Jahit, 4 Gunting, 1 Meja *finance*, 1 Printer resi, 1 *Handphone*.
 - c) Estimasi Kebutuhan Tenaga Kerja
Estimasi jumlah kebutuhan tenaga kerja UMKM Blume Scarf dibagi menjadi 4 divisi yaitu, staf produksi, staf pengemasan, staf pemasaran, dan staf keuangan. Tenaga kerja di tentukan dari waktu proses produksi dan meningkat setiap tahunnya tergantung dari jumlah produksi.
 - d) Layout
Rencana untuk membuka *workshop* dan *offline store* di Jalan Cideng Raya, Kabupaten Cirebon, mencakup penggunaan ruko dengan ukuran 5,5 meter x 13 meter. Sebuah layout telah disusun untuk menggambarkan tata letak dan penggunaan ruang yang diusulkan dalam lokasi tersebut.
3. Aspek Finansial
- Kelayakan aspek finansial yang dirancang meliputi kebutuhan sumber dana dan analisis kelayakan menggunakan perhitungan NPV, PBP, dan IRR.
- a) Kebutuhan Sumber Dana
Kebutuhan dana yang perlu disiapkan untuk pembukaan *workshop* adalah sebesar Rp72.434.259 dengan rincian biaya yang terdiri dari biaya investasi Rp14.172.564 dan biaya *working capital* sebesar Rp58.261.695. Dengan jumlah keperluan dana tersebut, UMKM Blume Scarf akan sepenuhnya menggunakan biaya sendiri tanpa adanya pinjaman dari pihak manapun.
 - b) Analisis Kelayakan
Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode NPV, IRR, dan PBP didapatkan nilai NPV sebesar Rp391.723.353, nilai IRR sebesar 102,89% dengan MARR sebesar 17,26%, dan payback period selama 2,30 tahun. Sehingga secara finansial, pembukaan *workshop* dan *offline store* dianggap **Layak**.
 - c) Analisis Sensitivitas
Hasil analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya material sebesar 61,68% dan terhadap penurunan jumlah pendapatan sebesar 23,00%. Tetapi tidak sensitif pada tahun 2025 dan tahun 2026. Analisis sensitivitas dapat mempengaruhi kelayakan dari bisnis yang dijalankan.

REFERENSI

- Nurul, Reza, Lukman Nasution, Sarman Sinaga. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*, Medan: CV. Manhaji.
- Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Griffin, Ricky W, Ronald J. Eberth. 2006. *Business* (8th ed), Indonesia: Erlangga.

