



ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA “GINZA.ID”

Sheila Gilby Sapulette¹, Kathleen Asyera Risakotta^{2*}

^{1,2}Universitas Pattimura Ambon
Email: kathleenasyera@gmail.com²

Abstract

There are lots of opportunities that can be used as ideas for starting a business. And a business opportunity with promising prospects and never empty of enthusiasts is one of them, for example, a feasibility study for a clothing business. Ginza.id is a business engaged in the women's clothing sector which has a simple and comfortable concept. Ginza.id also has a goal to improve the economy among young people. Ginza.id markets its products through social media such as personal websites and social media accounts namely Instagram and Facebook. This activity contains business feasibility studies which are reviewed from several aspects, namely market and marketing aspects, production engineering aspects, legal aspects, management aspects and financial aspects. Methods used a qualitative methods and data collection are interviews and documentation. From the analysis results, it can be concluded from various aspects that Ginza.id has business feasibility and is able to develop into a profitable business in the future.

Keywords: Analysis Business Feasibility Study, Economy

Abstrak

Banyak sekali peluang yang dapat dijadikan sebagai ide untuk memulai bisnis. Dan peluang bisnis dengan prospek yang menjanjikan dan tak pernah sepi peminat adalah salah satunya seperti contoh studi kelayakan bisnis usaha baju. Ginza.id adalah usaha yang bergerak di sektor pakaian wanita yang memiliki konsep simple and nyaman. Ginza.id juga memiliki tujuan untuk meningkatkan ekonomi di kalangan anak muda. Ginza.id memasarkan produknya melalui media sosial seperti website pribadi dan akun media social yaitu Instagram dan facebook. Kegiatan ini mengenai studi kelayakan bisnis yang ditinjau dari beberapa aspek yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik produksi, aspek hukum, aspek manajemen dan aspek keuangan. Metode yang digunakan metode kualitatif, dan dalam pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Dari hasil analisis didapatkan kesimpulan dari berbagai aspek bahwa Ginza.id memiliki kelayakan usaha dan mampu berkembang menjadi usaha yang menguntungkan di masa depan.

Kata kunci: Analisis Studi Kelayakan Usaha, Ekonomi

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Fashion merupakan sebuah kebutuhan dan suatu hal yang digemari oleh kaum wanita. Wanita sebagai pengguna fashion beranggapan bahwa fashion dapat menunjukkan identitas diri, style dan menambah kepercayaan diri. Setiap tahun kebutuhan masyarakat Indonesia akan pakaian mengalami peningkatan. Hal ini membuat para pelaku bisnis untuk membuka peluang usaha dengan menjual pakaian khususnya di daerah Kota Ambon. Saat ini, banyak wanita membutuhkan busana yang kekinian dan *stylish*, karena mayoritas wanita menggunakan pakaian sesuai dengan trendnya. Sehingga dunia fashion selalu berubah dengan cepat dan memiliki banyak pilihan serta berkembang menjadi trend di kalangan masyarakat.

Penjualan fashion yang semakin meningkat ini dipengaruhi oleh pesatnya dunia teknologi dan internet yang memberikan dampak bagi manusia (Wijayanti, 2021). Dengan adanya, *influencer* memberikan pengaruh yang kuat kepada masyarakat di berbagai sosial media. Misalnya, instagram,

pinterest dan vlog yang menampilkan style fashion yang modern dan menampilkan konten mengenai *outfit of the day*, serta munculnya desain maupun motif yang menarik, membuat masyarakat sadar akan pentingnya fashion.

Dengan melihat peluang yang ada, Ginza.id tertarik melakukan usaha dibidang ini dengan memiliki ciri khasnya sendiri yaitu dengan melakukan inovasi. Ciri khas yang ditawarkan dalam bentuk produk buatan sendiri, dan untuk memasarkan produknya masih dalam skala kecil dengan sasaran bagi semua kalangan terutama bagi kaum milineal.

Bisnis pakaian memang sangat marak saat ini, tetapi Ginza.id membuat produk yang berbeda karena motifnya tidak pasaran, pilihan yang simple, mengikuti perkembangan trend fashion, memberi kualitas yang bagus dan harga terjangkau. Sehingga Ginza.id bisa bersaing dengan bisnis pakaian lainnya dan dapat diterima oleh kalangan masyarakat. Dengan demikian, dilakukan kegiatan menganalisis kelayakan usaha dari Ginza.id, untuk melihat kemampuan usaha tersebut untuk bertahan di masa yang mendatang.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode kualitatif, sehingga mampu mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi berkonsentrasi pada perekaman, analisis, dan interpretasi yang terencana terhadap tingkah laku, tindakan, dan kejadian untuk menghasilkan gambaran mengenai objek yang akan diteliti.

Wawancara dilakukan dengan pihak terkait atau narasumber untuk memperoleh informasi dan penilaiannya mengenai perihal yang dibutuhkan untuk analisis. Untuk mengetahui kelayakan usaha Ginza.id akan dilihat melalui beberapa kriteria kelayakan usaha yaitu dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik produksi, aspek keuangan, aspek manajemen dan aspek hukum.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum/profil usaha Ginza.id

Usaha Ginza.id merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion dengan menjual pakaian, aksesoris wanita dan pria untuk semua kalangan usia. Usaha ini berdiri pada tahun 2017 dan berlokasi di Pemda 3 Poka, Kota Ambon, Maluku. Ginza.id memproduksi pakaian buatan mereka sendiri, hal ini membuat produk mereka tidak pasaran dan sama dengan usaha pakaian lainnya. Usaha ini juga menawarkan jasa untuk menjual barang grosiran kepada penjual-penjual eceran.

Ginza.id ini didirikan dengan tujuan dapat memberikan motivasi dan gambaran bisnis yang baik dan dapat diikuti oleh semua kalangan yang ingin membuka sebuah bisnis. Harapan pemilik/owner Ginza.id ini dapat menjadikan bisnis baju sebagai lapangan pekerjaan yang baru bagi semua kalangan yang dianggap memiliki kemampuan yang handal dan sesuai dengan yang diinginkan.

Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran Kelayakan Usaha Ginza.id

Aspek pasar dan pemasaran menjadi peran penting untuk berlanjutnya usaha/bisnis. Berlanjutnya usaha/bisnis berkaitan dengan penjualan produk/jasa untuk mencapai penjualan yang diinginkan (Arianton et al., 2019). Analisa ini meliputi segmentasi, targeting dan strategi pemasaran. Aspek Pasar dan Pemasaran untuk menganalisis bagaimana potensi pasar, persaingannya, market share yang akan dicapai dan bagaimana strategi pemasaran (Abdul Haris, 2019).

Aspek ini dilakukan untuk memberikan penilaian terhadap penjualan produk yang telah dipasarkan serta pengembangan usaha atau bisnis yang telah direncanakan. Untuk analisis kelayakan usaha dilihat dari aspek pasar dan pemasaran mempunyai beberapa variabel berikut:

1. Segmentasi Pasar

Pasar Ginza.id membagi konsumen berdasarkan segmentasi Geografis dan Demografis sebagai berikut:

❖ Segmentasi Geografis

Usaha ini memiliki target pasar di Kota Ambon khususnya daerah Poka dengan cakupan masyarakat yang luas, teristimewa bagi Mahasiswa Universitas Pattimura Ambon yang tinggal di daerah dekat lokasi usaha.

❖ Segmentasi Demografis

Ginza.id merupakan produk yang dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat tanpa adanya perbedaan gender, usia, ras, agama maupun golongan tertentu.

2. Analisis Pemasaran dan Penawaran

❖ Analisis Permintaan

Jumlah permintaan produk pada usaha pakaian Ginza.id dapat mencapai 10-20 setiap harinya, tetapi akan meningkat drastis ketika menjelang hari-hari besar seperti tahun baru, lebaran dan natal yang mencapai 40-50 baju setiap hari, ini terjadi karena tingkat kebutuhan konsumen yang tinggi pada saat itu.

❖ Analisis Penawaran

Dalam hal penawaran, usaha Ginza.id memberikan penawaran yang menarik bagi konsumennya yaitu dengan adanya potongan harga kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah besar dan kepada konsumen yang membeli produk grosiran.

3. Strategi Pemasaran

❖ Strategi Harga

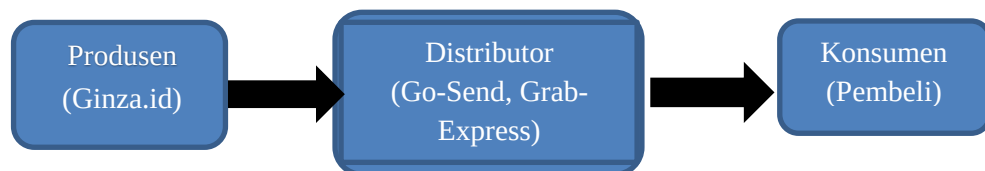
Produk Ginza.id yang dijual mulai dari harga Rp.100,000,00 sampai dengan Rp.350,000,00. Harga yang terjangkau membuat masyarakat dari berbagai kalangan mampu mendapatkan produk dengan kualitas yang bagus dan nyaman.

❖ Strategi Promosi

Promosi yang digunakan dalam usaha Ginza.id adalah menggunakan digital marketing melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook.

❖ **Strategi Distribusi.**

Cara pendistribusian produk ke konsumen pada usaha Ginza.id menggunakan metode langsung dan tidak langsung. Metode langsung yaitu dengan cara langsung membeli ditempat, selanjutnya metode tidak langsung yaitu dengan cara konsumen memesan secara online dan menggunakan penghubung seperti Go-Send untuk mengantarkan barang kepada konsumen, maupun dengan cara *Cash On Delivery* (COD).



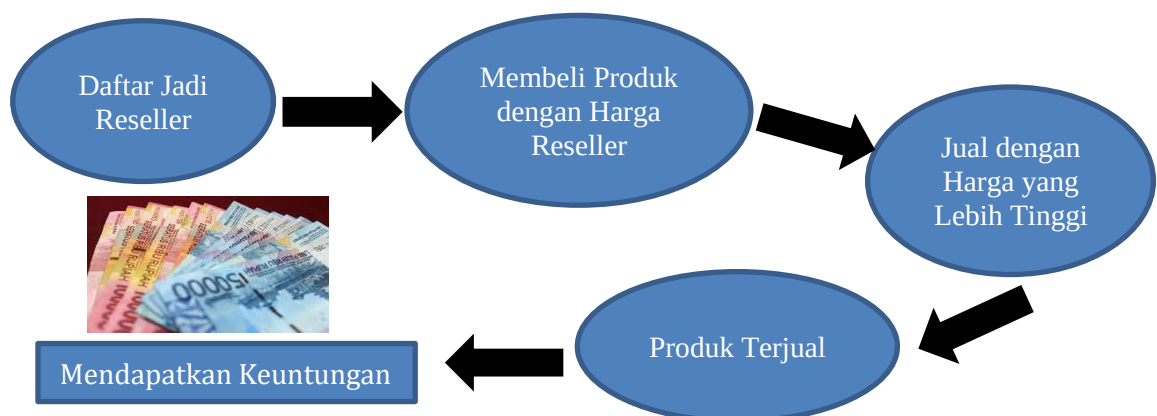
Gambar 1. Strategi Distribusi

Analisis Teknik Produksi Kelayakan Usaha Ginza.id

Aspek teknis merupakan aspek yang berkenaan dengan proses secara teknis dan pengoperasian usaha (Afiyah et al., 2015). Menurut (Jumingan, 2011), aspek ini berkaitan dengan mengenai lokasi usaha, penentuan tata letak (*layout*) gudang, mesin, dan peralatan serta tata letak (*layout*) ruangan untuk usaha perluasan.

1. Proses Produksi

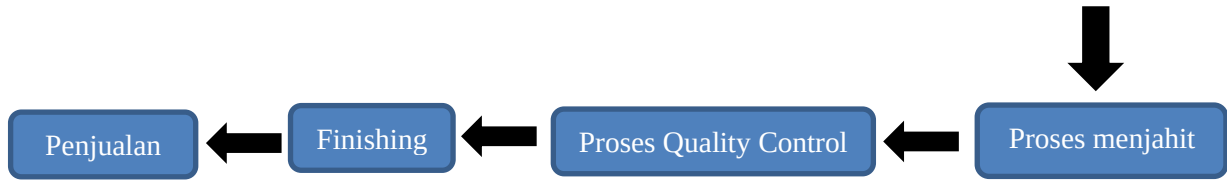
Produksi dari Ginza.id terdapat beberapa tahapan; untuk mendapatkan pakaian yang akan dijual kembali yaitu dengan cara mendaftar sebagai reseller, membeli produk dengan harga reseller, jual dengan harga yang lebih tinggi, produk terjual, maka akan mendapatkan keuntungan.



Gambar 2. Proses Produksi sebagai *Reseller*

Selanjutnya pakaian yang diproduksi sendiri melalui beberapa tahapan yaitu Proses pemesanan, pengecekan ketersediaan bahan, proses pengukuran, proses menjahit, proses *quality control*, *finishing* dan yang terakhir adalah penjualan.





Gambar 3. Proses Produksi

2. Perencanaan Tata Letak (Layout)

a. Layout Toko

Lokasi Ginza.id memanfaatkan lahan kosong disamping rumah pemiliknya untuk membuat sebuah toko pakaian yang sederhana. Ginza.id terletak di Kota Ambon, tepatnya di daerah Poka. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan:

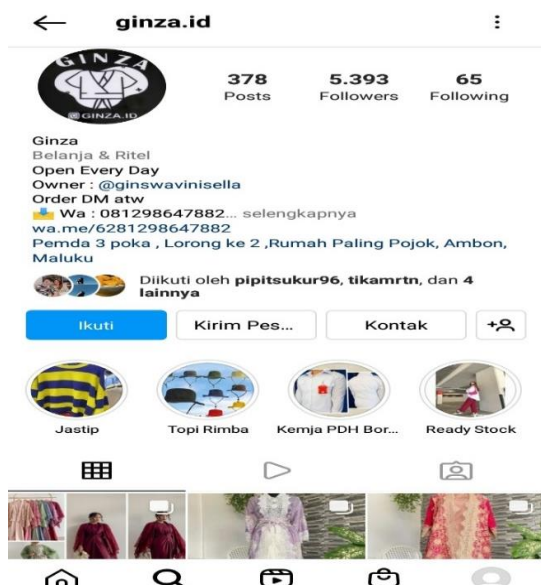
- Terletak berdekatan dengan daerah kampus, sehingga sangat strategis.
- Tidak memerlukan biaya sewa tempat.
- Mengurangi biaya pengiriman yang besar bagi pelanggan yang memesan secara online.



Gambar 4. Layout Toko

b. Layout Instagram

Penataan Instagram dibuat seperti pada Gambar 4. Pada bagian atas, terdapat *username* instagram perusahaan yaitu @ginza.id. Selanjutnya, terdapat nama toko yaitu "GINZA", diikuti dengan bio berupa pemilik usaha, tautan link untuk pemesanan/order dan lokasi usaha. Kemudian, foto yang *di-upload* pada *feeds* dibuat secara acak, dan tidak mengikuti ketentuan khusus. Foto untuk *feeds* dibuat *se-aesthetic* mungkin, agar dapat menarik perhatian pembeli.



Gambar 5. Layout Instagram

Analisis Keuangan Usaha Ginza.id

Pada aspek keuangan ini dilakukan untuk mengetahui besarnya dana/modal pendirian usaha, dari mana sumber dana diperoleh.

1. Kebutuhan Modal

Kebutuhan Modal dalam usaha Ginza.id terdiri dari modal investasi dan modal kerja. total rencana kebutuhan modal pada periode awal usaha ini adalah sebesar Rp. 161.300.000,00 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Investasi

Investasi	Total Biaya
Biaya Renovasi, dan peralatan	Rp.70.000.000,00
Kendaraan Operasional	Rp.16.000.000,00
Total Investasi	Rp.86.000.000,00

- Modal Kerja Awal (*Initial Working Capital*)

Tabel 2. Modal Kerja Awal

Modal Kerja Awal	Biaya
Kebutuhan Kas awal	Rp. 56.000.000
Kebutuhan Bahan Baku	Rp. 10.000.000
Biaya Listrik (1 bulan)	Rp. 1.500.000
Biaya Promosi	Rp. 800.000
Biaya Perizinan	Rp. 7.000.000
Total	Rp. 75.300.000

2. Sumber Modal

Modal yang digunakan dalam pendirian dan operasioanal usaha Ginza.id berasal dari modal sendiri. Seluruh modal digunakan untuk membiayai semua keperluan baik untuk biaya investasi dan biaya operasional yang terlihat pada biaya modal kerja. Komposisi modalnya adalah 100% dibiayai dari modal sendiri.

3. Omset Penjualan

Berikut rincian omset penjualan pada bulan bulan awal pendirian usaha Ginza.id:

Tabel 3. Omset Penjualan

Bulan ke (Pada Tahun pertama)	Jumlah Omset/penjualan
Bulan Pertama	Rp.2.300.000,00
Bulan Kedua	Rp.2.000.000,00
Bulan Ketiga	Rp.3.000.000,00
Bulan Keempat	Rp.2.500.000,00
Bulan Kelima	Rp.2.700.000,00

4. Proyeksi Anggaran Kas

Ringkasan penerimaan usaha Ginza.id dalam 4 tahun terakhir:

Tabel 4. Ringkasan Penerimaan

No.	Jenis Penerimaan	Jumlah Penerimaan			
		Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Penjualan Produk	Rp.80.000.000,00	Rp.64.000.000,00	Rp.76.000.000,00	Rp.78.000.000,00

Analisis Manajemen Usaha Ginza.id

Pentingnya aspek manajemen dalam suatu bisnis, karena akan berkaitan dengan usaha yang sedang dilakukan, mungkin saja terjadi kegagalan jika manajemen tidak berjalan dengan baik (Fahrani et al., 2022).

Peran manajemen diperlukan sebagai upaya agar kegiatan bisnis suatu organisasi dapat berjalan secara efektif dan efisien dengan berdasarkan pada fungsi-fungsi manajemen, termasuk dalam pengelolaan Ginza.id yang bermaksud untuk meningkatkan kualitas di bidang fashion dengan menjual pakaian, aksesoris wanita dan pria untuk semua kalangan usia. Dari segi manajemen dalam penerapannya didasari pada fungsinya yang diharapkan dapat memperoleh tata kelola yang baik (*capable*) sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan. Implementasi dari pengelolaan perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan karyawan, serta penilaian karyawan perlu diperhatikan. Tindakan manajemen dalam pemasaran Ginza.id di Maluku dibuat dalam rencana jangka panjang atas aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan menetapkan tujuan atau target member/anggota. Hal ini dilakukan dengan menggunakan sistem selebaran, dari mulut ke mulut dan juga menggunakan media cetak.

Evaluasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah rencana yang ditetapkan terhadap fungsi operasional sudah sesuai dengan rencana atau tidak. Proses manajemen operasional yang dilaksanakan oleh Ginza.id sangat berkaitan yang mana terus berusaha menjadikan tempat akses pakaian, aksesoris wanita dan pria untuk semua kalangan usia dan layak untuk menjadi favorit masyarakat yang ditunjang dengan pelayanan yang terbaik. Dalam pelayanannya juga harus diperhatikan sebab tinggi rendahnya minat dalam diri pelaku usaha untuk melaksanakan pelayanan yang akan mempengaruhi kualitas hasil yang dicapai dari para konsumen tersebut. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Sumadi Suryobroto (1988:109) bahwa minat adalah sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangkan suatu obyek. Timbulnya minat terhadap suatu obyek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap obyek yang diminati tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dengan manajemen yang baik maka akan meningkatkan mutu, pelayanan serta akan membuat perkembangan yang pesat bagi kelangsungan usaha Ginza.id tersebut. Manajemen yang diterapkan haruslah sesuai dengan standar manajemen yang ada bagi sebuah usaha Ginza.id. Dengan pemilihan manajemen yang baik, maka akan menyebabkan kemajuan bagi Ginza.id disebabkan masyarakat banyak berpartisipasi untuk menjadi pelanggan.

Analisis Hukum Ginza.id

Analisis hukum ini berkaitan dengan lengkapnya dan sahnya dokumen suatu usaha/bisnis yang dijalankan. Sahnya dokumen yang dimiliki menjadi pegangan apabila ada masalah yang timbul. Dilakukannya analisis ini untuk mengetahui apakah pemilik usaha/bisnis telah sesuai dengan aturan yang berlaku atau bagaimana legalitas atas bisnis yang dilakukan. (Arianton, dkk 2019, Fahrani dkk).

Legalitas Ginza.id menjadi hal yang penting dan harus sah menurut undang-undang, sehingga diakui oleh masyarakat. Nama Ginza.id pun telah disahkan, sejak dibuatnya akta pendirian di depan notaris, diumumkan di Berita Negara dan didaftarkan dalam daftar perusahaan. Apabila tidak ada pihak lain yang berkeberatan dengan nama Ginza.id, hal ini berarti sudah ada pengakuan dan nama tersebut menjadi legal atau sah untuk digunakan. Legalitas usaha Ginza.id menjadi jaminan atas keberlangsungan perusahaannya, seperti untuk perlindungan hukum, promosi, bukti kepatuhan terhadap hukum, mudah memperoleh proyek dan mudah untuk mengembangkan usaha/bisnis (Fitriani, 2017).

Usaha Ginza.id merupakan jenis Perusahaan Perseorangan. Perusahaan perseorangan merupakan jenis badan usaha yang didirikan dan dimiliki oleh satu orang. Sehingga pemiliknya bertanggung jawab secara penuh atas semua kegiatan yang terjadi didalam perusahaan tersebut. Ginza.id telah memiliki perijinan-perijinan yang telah terpenuhi, antara lain: Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Peserta Wajib Pajak (NPWP) Pemilik usaha, dan Surat Keterangan Domisili (SKDP).

KESIMPULAN DAN SARAN

Studi kelayakan pengembangan usaha ginza.id ditinjau dari beberapa aspek, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik produksi, aspek keuangan, aspek manajemen dan aspek hukum. Hasil analisis dari setiap aspek tersebut menyimpulkan usaha Ginza.id dikatakan layak, karena telah memenuhi kriteria/indikator. Ginza.id merupakan usaha yang bergerak di sektor pakaian/*fashion* yang memiliki konsep simpel and nyaman. Adanya usaha Ginza.id, dapat meningkatkan ekonomi di kalangan anak muda. Usaha ini juga dapat bermanfaat bagi stakeholder Ginza.id seperti karyawan, konsumen maupun Pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masing-masing pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris. (2019). *STUDI KELAYAKAN BISNIS Tinjauan Teoritis Dan Praktik*.
Afiyah, A., Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Cokelat “Cozyâ” Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), 85949.
Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 573–582.
Fahrani, M. P., Billah, M. I. N., & Putra, R. A. (2022). Analisis Kelayakan Usaha UD . Sederhana di Sentra Industri Sanan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 149–156.
Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan Atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136–145.

- <https://ejurnalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/97>
- Jumingan. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Wijayanti, S. K. (2021). Minat Belanja Produk Fashion Secara Online: Perbedaan Antara Generasi X, Y Dan Z. *Gerbang Etam*, 15(2), 29–40.
<http://ejurnal.balitbangda.kukarkab.go.id/index.php/gerbangetam/article/view/171>