

ANALYSIS OF BUSINESS FEASIBILITY STUDY ON QUATTORDICI SCREEN PRINTING BUSINESS REVIEWED FROM MARKETING, FINANCE AND HUMAN RESOURCES ASPECTS

Afrilzal¹, Anggita Riastina Garini², Dinda Dewi Anjani³, Putri Ayu Lestari⁴, R.R,Wening Ken⁵

^{1,2,3,4,5}Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Pelita Bangsa

Email : [1afrilzal@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:afrilzal@mhs.pelitabangsa.ac.id), [2anggitariastinagarini@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:anggitariastinagarini@mhs.pelitabangsa.ac.id),

[3dindadewianjani@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:dindadewianjani@mhs.pelitabangsa.ac.id), [4putriayulestari@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:putriayulestari@mhs.pelitabangsa.ac.id),

[5wening.ken@pelitabangsa.ac.id](mailto:wening.ken@pelitabangsa.ac.id)

ABSTRAK

Artikel History:

Artikel masuk: 13/12/2023

Artikel revisi: 08/01/2024

Artikel diterima: 31/01/2024

Keywords:

Business Feasibility Study, Quattordici Screen Printing Business

Gaya hidup orang Indonesia berkembang seiring dengan globalisasi ekonomi dan menjamurnya pusat perbelanjaan, khususnya industri fashion seperti usaha sablon. Usaha ini masih dalam tahap awal pengembangan, maka ada tiga pertimbangan utama: aspek terkait pemasaran, aspek terkait keuangan, dan aspek terkait sumber daya manusia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan bisnis perusahaan sablon quattordici. Bisnis sablon Quattordici menjadi subjek penelitian kualitatif semacam ini. Teknik wawancara dan observasi digunakan dalam teknik pengumpulan data. Deskripsi kualitatif digunakan dalam analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga perspektif yang terdiri dari bagian promosi, keuangan dan SDM pada bisnis sablon quattordici diharapkan dapat dijalankan.

ABSTRACT

The Indonesian lifestyle is developing along with economic globalization and the proliferation of shopping centers, especially the fashion industry such as the screen printing business. This business is still in the early stages of development, so there are three main considerations: aspects related to marketing, aspects related to finance, and aspects related to human resources. The purpose of this research is to determine the business feasibility of the Quattordici screen printing company. Quattordici's screen printing business was the subject of this kind of qualitative research. Interview and observation techniques are used in data collection techniques. Qualitative descriptions are used in data analysis. The research results show that the three perspectives consisting of promotion, finance and HR in the quattordici screen printing business are expected to be implemented.



INTRODUCTION

Gaya hidup orang Indonesia berkembang seiring dengan globalisasi ekonomi dan menjamurnya pusat perbelanjaan, khususnya industri fashion seperti usaha sablon (Kusuma, 2023). Usaha rumahan terhebat saat ini yaitu usaha sablon yang ternilai selalu banyak diminati oleh masyarakat, terutama modal awal usahanya tidak memerlukan biaya besar sehingga dapat keuntungan lebih dalam proses sablon tersebut (Amin, 2020). Sablon dikenal sebagai proses mencetak tulisan atau gambar pada permukaan datar dengan menggunakan screen. Banyaknya bahan yang tersedia seperti kain, logam, plastik, besi, dan lain sebagainya dapat digunakan, namun kain yang sering digunakan karena tingkat penyerapannya yang tinggi dibandingkan dengan bahan lainnya dalam usaha sablon (Ihsan, 2023).

Usaha Sablon Quattordici didirikan pada tahun 2019 oleh Innin Abdulloh yang beralamat di perumahan Megaregency blok g 4 no 23, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi. Quattordici sebagai perusahaan yang mengkhususkan diri dalam konveksi sablon telah mampu memberikan layanan sablon berkualitas tinggi, hal tersebut dibuktikan dari meningkatnya permintaan masyarakat sekitar. Hal tersebut sebagian besar orang akhirnya konsumtif oleh barang-barang pakaian yang sering terlalu mahal untuk memenuhi keinginan dan aspirasi mereka untuk berbagai kegiatan. Bisnis tersebut diciptakan untuk menerima pesanan sablon pada sebuah pakaian, stiker, t-shirt, dan barang-barang lainnya. Setiap aspek operasi bisnis ini ditingkatkan dan dievaluasi secara konsisten untuk meningkatkan kualitas sablon yang dihasilkan, terutama ketika menyangkut keunggulan produk. Keunggulan produk terletak pada aspek desain yang lebih variatif, fleksibel disesuaikan permintaan konsumen, dan tentunya harga yang relatif murah. Proses dalam menjalankan usaha sablon tersebut masih menggunakan teknik sablon manual yang dibantu karyawan berjumlah 4 orang dalam usaha tersebut. Usaha yang sudah dijalankan perlu adanya melakukan studi kelayakan agar menghindari atau mencegah hal-hal yang tidak diinginkan seperti kerugian dalam sebuah bisnis (Mubarok, Abadi, & Arisandi, 2022).

Tujuan studi kelayakan bisnis ini dilakukan untuk mengetahui suatu usaha apakah layak dijalankan jika dilihat dari tiga aspek, seperti aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek sumber daya manusia. Tiga aspek tersebut membantu kita mengetahui akan sebuah kelayakan bisnis setelah di analisis dengan beberapa aspek yang terkait. Berdasarkan landasan yang telah diuraikan, maka tema dalam penelitian ini adalah Analisa studi kelayakan bisnis pada usaha sablon quattordici ditinjau dari aspek pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

LITERATURE REVIEW

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis sebagai suatu gerakan yang melihat suatu bisnis atau organisasi yang akan dijalankan secara lebih mendalam untuk melihat apakah hal tersebut diharapkan dapat dilakukan (Kasmir & Jasfar, 2012) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019). Studi kelayakan bisnis memeriksa kelayakan perusahaan dengan sangat rinci dan menyeluruh (Johan & Suwinto, 2011) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019). Untuk memastikan apakah suatu usaha atau kegiatan dapat dilaksanakan, maka dilakukan studi kelayakan usaha yang mengkaji secara menyeluruh dan mendalam mengenai usulan kegiatan atau usaha tersebut (Jakfar, 2012) dalam (Siahaan & Hasibuan, 2021). Tujuan studi kelayakan bisnis menurut (Kasmir & Jasfar, 2012) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019) terdapat lima tujuan, yaitu menghindari resiko kerugian, kemudahan perencanaan, kemudahan pelaksanaan kerja, kemudahan pengawasan, dan kemudahan pengendalian. Suatu bisnis membutuhkan penyelesaian sejumlah aspek termasuk yang terkait dengan pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mengembangkan dan memasarkan barang ke khalayak yang berbeda dengan tujuan tertentu. Sudut pandang pada pemasaran terdapat tiga faktor yang dianalisis yaitu segmentasi pasar, sasaran pasar, dan positioning pasar. Kemudian bauran pemasaran sebagai nilai-nilai pelanggan dikomunikasikan dan didistribusikan ke pasar melalui *marketing mix*.
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Terdapat empat hal yang diperhatikan pada *marketing mix*, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (Kotler & Keller, 2012) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019).

Aspek Keuangan

Aspek yang digunakan untuk mengevaluasi situasi keuangan bisnis dalam menyeluruh. Standar umum untuk menilai apakah suatu bisnis atau investasi layak seperti kelayakan finansial menggunakan pendekatan *Payback Period* yang diartikan sebagai cara untuk mengevaluasi proyek atau melakukan laba atas investasi selama jangka waktu tertentu. Kemudian, *Net Present Value* yang diartikan sebagai pendekatan yang membandingkan PV investasi (pengeluaran modal) selama investasi dengan PV tunai bersih (*PV Proceeded*). Terakhir, *Internal Rate of Return* yang diartikan sebagai cara untuk menghitung tingkat pengembalian temuan internal. Selain itu tingkat bunga yang dapat digunakan untuk membandingkan uang tunai dari investasi yang dilepaskan dengan nilai sekarang dari laba bersih dihitung (Kasmir & Jasfar, 2012) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019).

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek istilah yang mengacu pada pengetahuan, prosedur, dan strategi dalam mengelola atau mengatur karyawan dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dua kategori dasar fungsi yang terdiri dari manajemen sumber daya adalah kegiatan operasional (seperti pengembangan, integrasi, pemeliharaan, dan penghentian) dan tugas-tugas yang berkaitan dengan manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengarahan (Kasmir & Jasfar, 2012) dalam (Fitriani, Sudono, & Handyastuti, 2019).

METHODS

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data sebagai proses pengumpulan data untuk analisis dan diskusi proyek penelitian yang melibatkan langkah-langkah metode ilmiah, logis, dan mencari informasi yang dapat diterima, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menemukan temuan,

memperoleh informasi, dan berusaha untuk mengatasi masalah yang dihadapi peneliti semuanya valid (Rosady, 2013) dalam (Nastiti, Wibowo, & Suhandia, 2023).

Peneliti melakukan wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi dari khalayak sasaran yang mungkin (pasar potensial) tentang daya beli, permintaan, dan keinginan mereka untuk membeli barang-barang yang diproduksi dalam analisis aspek pemasaran. Selanjutnya studi dokumentasi dan studi observasi kondisi lahan digunakan dalam studi kelayakan bisnis untuk memperoleh data untuk analisis aspek keuangan. Analisis kuantitatif dari data yang berkaitan dengan unsur-unsur keuangan dapat digunakan seperti *Payback Period*, *Net Present Value*, dan *Internal Rate of Return*. Hal tersebut untuk menilai kelayakan investasi dan kapasitas untuk memenuhi permintaan modal.

Analisis data dilaksanakan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif ini seperti menggunakan informasi yang dikumpulkan dari wawancara atau pengamatan lapangan langsung. Metode analisis data deskriptif kualitatif ini mengkaji, merangkum, dan mendeskripsikan kejadian atau fenomena. Informasi biasanya berupa tabel digunakan untuk menampilkan data.

RESULTS

1. Analisis Aspek Pemasaran

Dalam melakukan proses pemasaran pada Sablon Quattordici, owner perlu menentukan dan menerapkan kebijakan strategi pemasaran yang terdiri dari 4 langkah yang harus dilakukan yaitu *Segmentating*, *Targeting*, *Positioning*, dan *Marketing Mix*.

a. *Segmentating*

Dasar segmentasi pasar, setiap pelanggan mungkin terdiri dari berbagai karakteristik pada tingkat umumnya segmentasi pasar yang biasanya ada empat yaitu : geografi, demografi, psikografis, dan behavioristic.

Tabel 1. Segmentasi Pasar

GEOGRAFI	Sasaran penjualan Sablon Quattordici adalah seluruh masyarakat yang berlokasi di daerah Serang Baru, Kabupaten Bekasi
DEMOGRAFI	Sasaran penjualan Sablon Quattordici adalah seluruh masyarakat tanpa batas usia baik laki-laki, wanita, remaja, pelajar, maupun dewasa. Dari segi tingkat penghasilan masyarakat Serang Baru, Kabupaten Bekasi, konveksi Sablon Quattordici ini dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dikarenakan harga yang ditawarkan relatif murah.
PSIKOGRAFI	Sasaran penjualan Sablon Quattordici adalah masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam membuat dan memiliki kaos dengan desain sendiri (custom).
BEHAVIORISTIC (PERILAKU)	Sasaran penjualan Sablon Quattordici adalah masyarakat yang ingin menggunakan kaos sablon untuk berpasangan dengan teman, pacar, saudara, keluarga atau yang bisa dipakai untuk acara-acara tertentu seperti gathering perusahaan yang mengharuskan seluruh pengisi acara menggunakan kaos yang sama (kompak).

b. *Targeting*

Proses mengidentifikasi target dan menyelaraskan respons pelanggan dengan kebutuhan mendasar, daya beli, dan kendala mereka dikenal sebagai penentuan pasar sasaran. Penetapan sasaran melibatkan penilaian daya tarik masing-masing kelompok dan memilih satu atau lebih atribut yang akan dipenuhi. *Targeting* adalah proses memilih, memilih, dan menjangkau pelanggan.

Tabel 2. Target Pasar

SINGLE SEGMENT TARGETTING	Sasaran jasa konveksi Sablon Quattordici adalah seluruh lapisan masyarakat.
SELECTIVE TARGETTING	Sasaran jasa konveksi Sablon Quattordici adalah pelajar atau remaja yang menyukai desain konveksi sablon pada kaos.
MASS MARKET TARGETTING	Penjualan jasa konveksi Sablon Quattordici dalam sebulannya mencapai kurang lebih 60 juta
PRODUCT SPECIALIZATION	Melakukan penawaran bisa menerima pesanan dalam jumlah yang banyak (bulk order) dengan syarat dan ketentuan harus

	melakukan pemesanan kurang lebih satu bulan sebelum hari dimana sablon kaos itu akan digunakan.
--	---

c. *Positioning*

Konveksi Sablon Quattordici yang identik dengan desain yang variatif, fleksibel, dan harga yang relatif murah mampu menarik pelanggan dari berbagai kalangan umur, termasuk orang dewasa dan anak-anak. Posisi pada bisnis tersebut ingin menjadikan suatu usaha sebagai sumber yang terpercaya dan pelayanan yang professional pada jasa sablon di wilayah Serang Baru, Kabupaten Bekasi.

d. *Marketing Mix*

Pemasaran jasa konveksi Sablon Quattordici, diperlukan pendekatan atau perangkat yang memudahkan owner untuk mencapai tujuan usahanya. *Product, Price, Place, dan Promotion* merupakan 4P yang membentuk bauran pemasaran. Faktor-faktor ini akan mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam pemasaran dan dimaksudkan untuk memperoleh reaksi yang dimaksudkan dari target konsumen.

Gambar 1. Bauran Pemasaran



2. Analisis Aspek Keuangan

Periksa sisi keuangan suatu perusahaan untuk menentukan kelangsungan hidupnya. Analisis finansial mengenai kebutuhan investasi pertama perusahaan untuk meluncurkan usaha sablon kaos di Cikarang Selatan dijelaskan dalam analisis ini. Jumlah uang yang dibutuhkan untuk meluncurkan perusahaan sablon kaos dikenal sebagai total biaya investasi. Tabel 1 menampilkan seluruh biaya investasi.

Tabel 3. Biaya Investasi

Uraian	Jumlah
Biaya peralatan	Rp. 100.000.000
Biaya fasilitas produk	Rp. 40.000.000
Biaya fasilitas tetap	Rp. 100.000.000
biaya modal kerja 3 bulan	Rp. 54.000.000
Total	Rp. 294.000.000

Sumber pendanaan dari pinjaman bank serta sumber dari modal sendiri yang termasuk dalam keseluruhan biaya investasi yang ditunjukkan di atas. Dana modal sendiri mencapai 19,35% dari total, sementara pinjaman bank menyumbang 80,65%. Tabel 2 menampilkan detail sumber pendanaan.

Tabel 4. Rincian Sumber Dana

Uraian	Biaya (RP)	Persentase (%)
Modal sendiri	Rp. 120,000,000	19,35%
Pinjaman bari bank	Rp. 500,000,000	80,65%
Total	Rp. 620,000,000	100%

Sesudah menghitung arus kas agar memastikan arus keuangan bisnis untuk setiap periode operasi. Tabel 3 menampilkan fitur keuangan dari perhitungan arus kas.

Tabel 5. Cash Flow

Uraian	Tahun Ke-					
	0	1	2	3	4	5
Cash in						
Penerimaan Penjualan Produk		Rp 863.000.000	Rp 882.800.000	Rp 1.031.940.000	Rp 1.083.537.000	Rp 1.137.713.850
Total Cash In						
Cash Out						
Modal Sendiri	Rp 620.000.000					
Total Biaya Langsung		Rp 465.277.600	Rp 489.037.076	Rp 515.050.895	Rp 543.598.798	Rp 574.999.612
Total Biaya Sewa		Rp 150.000.000	Rp 157.500.000	Rp 165.375.000	Rp 173.643.750	Rp 182.325.938
Total Biaya Tidak Langsung		Rp 57.968.512	Rp 59.574.572	Rp 61.912.730	Rp 64.701.380	Rp 68.110.447
Capital Expenditure		Rp 9.360.000	Rp 9.828.000	Rp 10.319.400	Rp 10.835.370	Rp 11.377.139
Pokok Pinjaman		Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
Bunga Pinjaman		Rp 12.600.000	Rp 10.080.000	Rp 7.560.000	Rp 5.040.000	Rp 2.520.000
Pajak Penghasilan		Rp 9.360.000	Rp 9.828.000	Rp 10.319.400	Rp 10.835.370	Rp 11.377.139
Total Cash Out	Rp 620.000.000	Rp 728.566.112	Rp 759.847.648	Rp 794.537.425	Rp 832.654.668	Rp 874.710.273
Net Cash Out	Rp 620.000.000	Rp 207.433.888	Rp 222.952.352	Rp 237.402.575	Rp 250.882.332	Rp 263.003.577
		-Rp 412.566.112	-Rp 189.613.760	Rp 47.788.815	Rp 298.671.147	Rp 561.674.724

Tujuan dari analisis kelayakan aspek keuangan adalah untuk menunjukkan apakah jenis bisnis t-shirt dapat dioperasikan secara menguntungkan atau tidak. Tingkat pengembalian internal (IRR), yang ditentukan dengan menambahkan risiko bisnis ke biaya modal, dihitung menggunakan nilai tingkat pengembalian menarik minimum (MARR). Berikut ini adalah persyaratan untuk kelayakan aspek keuangan:

- a. Waktu pengembalian modal pada usaha tersebut yaitu selama 2 tahun 10 bulan.
- b. Asumsi menggunakan tingkat bunga pinjaman tahunan rata-rata sebesar 7%, maka kekayaan bersih (NPV) berikutnya adalah Rp 341.304.729,-.
- c. Minimum attractive rate of return (MARR), yang lebih besar dari 12,68%, kurang dari angka internal rate of return (IRR). Berdasarkan temuan penelitian tersebut, angka tingkat pengembalian internal (IRR) menunjukkan bahwa perusahaan sablon t-shirt ini layak secara finansial.

3. Analisis Sumber Daya Manusia

Rangka pelaksanaan usaha demi kelancaran kegiatan operasional perusahaan Sablon Quattordici dan terciptanya prosedur kerja yang efisien, maka perlu dilakukan analisa perencanaan tenaga kerja, pelatihan tenaga kerja, dan perencanaan struktur organisasi dalam usaha Sablon Quattordici. Hal ini membuat analisis aspek sumber daya manusia layak untuk diselesaikan. Penjelasan selanjutnya:

- a. Bisnis penjualan sablon quattordici akan dilakukan sesuai dengan jenis struktur organisasi fungsional yang sedang dipekerjakan.
- b. Persyaratan perusahaan dan deskripsi pekerjaan dan spesifikasi menentukan ketersediaan tenaga kerja yang tepat.
- c. Perusahaan memberikan pelatihan kerja kepada karyawannya bersama dengan bentuk pelatihan lainnya.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Mengingat hasil dan pembahasan, ada beberapa kesimpulan yaitu, 1) Aspek keuangan pada usaha sablon quattordici menunjukkan dapat dikatakan layak, berdasarkan hasil analisis Payback Period, Net Present Value, dan nilai Internal Rate of Return, 2) Aspek pemasaran pada usaha sablon quattordici menunjukkan dapat dikatakan layak, berdasarkan hasil analisis STP dan Bauran pemasaran yang sudah dilakukan, 3) Aspek sumber daya manusia pada usaha sablon quattordici menunjukkan dapat dikatakan layak, berdasarkan hasil analisis pada struktur organisasi, ketersediaan tenaga kerja, dan juga pelatihan kerja yang dilakukan perusahaan.

BIBLIOGRAPHY

- Amin. (2020). Usaha Sablon Kaos, Bisnis Modal Kecil Tapi Menguntungkan. Retrieved October 7, 2023, from Ajaib.com website: <https://ajaib.co.id/usaha-sablon-kaos-bisnis-modal-kecil-tapi-menguntungkan/>
- Fitriani, I. N., Sudono, A., & Handyastuti, I. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bakso Lotus Jembar. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5(1), 53–63.
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

<https://doi.org/10.17509/gastur.v5i1.22213>

- Ihsan, F. (2023). Apa Itu Sablon? Pengertian, Teknik, Alat, Bahan, dan Prosesnya. Retrieved November 3, 2023, from kangsablon.com website: <https://kangsablon.com/sablon/>
- Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Johan, & Suwinto. (2011). *Studi Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir, & Jasfar. (2012). *Studi Pengembangan Bisnis* (8th ed.). Jakarta: Kencana.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, W. P. (2023). Fenomena Fashion dan Gaya Hidup Masyarakat Indonesia. Retrieved October 7, 2023, from [kompasiana.com](https://www.kompasiana.com) website: <https://www.kompasiana.com/wahyu74541/61e208ec06310e1ed7766355/fenomena-fashion-dan-gaya-hidup-masyarakat-indonesia?page=all#sectionall>
- Mubarok, M. S., Abadi, M. T., & Arisandi, D. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Toko Roti Gembong Gedhe Cabang Pekalongan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1-7.
- Nastiti, W. A. R., Wibowo, J., & Suhandia, S. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Produksi Tas Backpack: Studi Tentang Potensi Pasar Berdasarkan 6 Aspek Kelayakan. *Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 253-268.
- Rosady. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi dan Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Siahaan, S. D. N., & Hasibuan, N. I. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan. *Niagawan*, 10(2), 143. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i2.24843>