Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi
https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie
Halaman : 254 - 279

Analisis Kelayakan Pengembangan Konveksi Pakaian *Brand* Fesyen "Kugle"

M Aldi Gofarizkia[1], Eli Mas'idah[2]
Universitas Islam Sultan Agung Semarang[1,2]
Email: maldigfrzzz@std.unissula.ac.id

Informasi

Volume : 2
Nomor : 9
Bulan : September
Tahun : 2025
E-ISSN : 3062-9624

Abstract

The fashion brand "Kugle" faces significant operational challenges due to its dependence on third-party vendors, which has led to production delays, inconsistent quality, and high operating costs. To address these issues and support sustainable business growth, this study focuses on analyzing the feasibility of establishing an independent convection production facility in the form of equipment for producing t-shirts and pants. The research hypothesis is that the development of an internal production system will be an effective solution to improve quality control, time and cost efficiency, and build a stronger business foundation. This study uses a descriptive qualitative approach with a comprehensive business feasibility study analysis method. The data collection process involved a study of internal company documents, sales data analysis, interviews, and observations. The collected data was then processed and analysed based on six main aspects: market, technical, financial, legal, environmental, and management. Each aspect was evaluated to identify strengths, weaknesses, and potential risks, as well as to validate the proposed hypothesis. The analysis shows that the plan to establish this independent production facility is highly feasible from all aspects. From a market perspective, research has proven that there is strong demand, as well as the feasibility of the project based on STP (Segmentation, Targeting, Positioning) and 4P (Product, Price, Place, Promotion) analyses. Furthermore, from a technical perspective, this model will provide full control over the production process, which will directly resolve issues of quality and delays. Financially, this project is proven to be highly profitable with a positive NPV, an exceptionally high IRR (105%), and a very short Payback Period. From a legal perspective, the readiness in terms of business legality shows a strong foundation, while the environmental aspect shows adequate commitment to managing the impact of production responsibly. Finally, the management aspect shows readiness in managing more complex operations. Therefore, this research hypothesis has been proven, and the establishment of an independent production facility is recommended as a strategic step to transform "Kugle" into a more efficient and competitive brand.

Keyword: *Aspect market, technical, financial, legal, environmental, and management*

Abstrak
Brand fesyen "Kugle" menghadapi tantangan operasional signifikan akibat ketergantungan pada vendor pihak ketiga, yang menyebabkan masalah keterlambatan produksi, inkonsistensi kualitas, dan biaya operasional yang tinggi. Untuk mengatasi masalah ini dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, penelitian ini berfokus pada analisis kelayakan pendirian fasilitas produksi konveksi mandiri yang berupa peralatan untuk memproduksi produk kaos dan celana. Hipotesa penelitian ini adalah bahwa pengembangan sistem produksi internal akan menjadi penyelesaian efektif untuk meningkatkan kontrol kualitas, efisiensi waktu dan biaya, serta membangun fondasi usaha yang lebih kuat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis studi kelayakan usaha yang komprehensif. Proses pengumpulan data melibatkan studi dokumen internal perusahaan, analisis data penjualan, wawancara, dan observasi. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis berdasarkan enam aspek utama, aspek pasar, teknis, finansial, hukum, lingkungan, dan manajemen. Setiap aspek dievaluasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan potensi risiko, serta untuk memvalidasi hipotesa yang diajukan. Analisis menunjukkan bahwa rencana pendirian fasilitas produksi mandiri ini sangat layak dari seluruh aspek. Dari aspek pasar, penelitian membuktikan adanya permintaan yang kuat, serta kelayakan proyek dari analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning) dan 4P (Product, Price, Place, Promotion). Selanjutnya, aspek teknis menunjukkan bahwa model ini akan memberikan kendali penuh atas proses produksi, yang secara langsung menyelesaikan masalah kualitas dan keterlambatan. Secara finansial, proyek ini terbukti sangat menguntungkan dengan nilai NPV positif, IRR yang luar biasa tinggi (105%), dan Payback Period yang sangat singkat. Dari aspek hukum, kesiapan dalam legalitas usaha menunjukkan fondasi yang kuat, sementara aspek lingkungan menunjukkan komitmen yang memadai dalam mengelola dampak produksi secara bertanggung jawab. Terakhir, aspek manajemen memperlihatkan kesiapan dalam mengelola operasional yang lebih kompleks. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini terbukti, dan pendirian fasilitas produksi mandiri direkomendasikan sebagai langkah strategis untuk mentransformasi "Kugle" menjadi brand yang lebih efisien dan kompetitif.

Kata Kunci: *Aspek pasar, teknis, finansial, hukum, lingkungan, manajemen*

A. PENDAHULUAN

"Kugle" adalah brand *fesyen* yang berbasis di Kota Semarang, dengan fokus utama pada pasar anak muda yang menyukai sepak bola. Nama "Kugle" diambil dari bahasa Denmark yang berarti peluru. Filosofi ini merepresentasikan semangat perusahaan untuk bergerak cepat, fokus, dan tepat sasaran dalam menembus pasar industri fesyen yang kompetitif. Sejalan dengan tagline-nya *"No Doubt"*, yang artinya brand ini membawa pesan keyakinan dan determinasi untuk terus melesat tanpa ragu dalam menghadirkan produk-produk berkualitas. Brand ini didirikan pada tahun 2020, dan pada awal operasionalnya hanya menggunakan sistem pre-order yang dipasarkan melalui media sosial, strategi ini dipilih karena keterbatasan modal. Namun seiring meningkatnya permintaan pasar serta terbentuknya komunitas konsumen loyal, pada akhir April 2024, "Kugle" resmi membuka toko fisik pertamanya di Jalan Tm. Udan Riris II No. 18, Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Produknya meliputi kaos, celana, dan aksesoris fesyen, yang dipasarkan melalui berbagai saluran, baik secara online melalui platform e-commerce seperti Shopee, maupun secara offline melalui toko

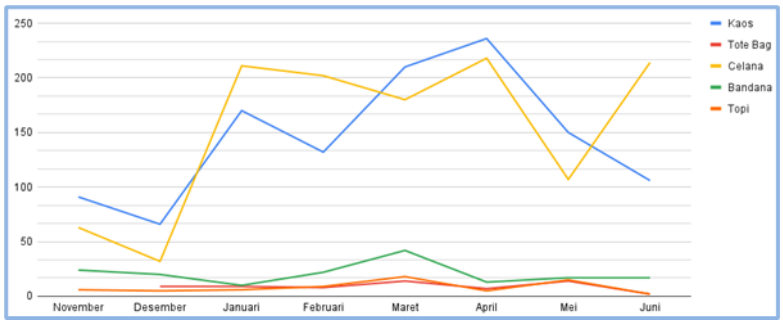
fisik. Untuk mengilustrasikan bentuk operasi perusahaan secara lebih konkret, dokumentasi berikut ini menunjukkan toko fisik, toko online, dan katalog produk dari brand "Kugle".

Gambar 1 Katalog "Kugle" Store

Sejak pembukaan toko fisik pada akhir bulan April 2024, penjualan produk Kugle menunjukkan tren yang fluktuatif namun tetap menunjukkan pertumbuhan yang positif, terutama pada produk kaos dan celana. Kenaikan penjualan terlihat menonjol pada bulan Januari hingga Maret 2025, di mana produk kaos dan celana mencatatkan jumlah penjualan tertinggi. Peningkatan ini didukung oleh promosi di media sosial dan perluasan kanal penjualan melalui e-commerce seperti Shopee. Berikut adalah data penjualan produk "Kugle" selama tujuh bulan terakhir, mencakup produk kaos, tote bag, celana, bandana, dan topi.

Tabel 1 Data Penjualan

Bulan (2024-2025)	Kaos (pcs)	Tote Bag (pcs)	Celana (pcs)	Bandana (pcs)	Topi (pcs)
November	91	-	63	24	6
Desember	66	9	32	20	5
Januari	170	9	211	10	6
Februari	132	8	202	22	9
Maret	210	14	180	42	18
April	236	7	218	13	5
Mei	150	14	107	17	15
Juni	106	2	214	17	2



Gambar 2 Tren Penjualan

Meskipun permintaan menunjukkan tren kenaikan, terutama pada kaos dan celana yang melonjak drastis antara Desember 2024 dan April 2025, proses produksi "Kugle" saat ini masih mengandalkan vendor pihak ketiga. Namun, ketergantungan tersebut menimbulkan berbagai masalah yang berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan data internal perusahaan, tren keterlambatan produksi delay hingga beberapa hari dari tenggat waktu yang telah disepakati. Berikut adalah tabel keterlambatan produksi dari Vendor A yang memproduksi kaos dan Vendor B memproduksi celana dan aksesori fesyen.

Tabel 2 Delay Produksi Vendor A

Vendor A	Tanggal Masuk Produksi	Tanggal Kesepakatan Selesai	Tanggal Selesai Realisasi	Keterlambatan (Hari)
Kaos	10 November 2024	23 November 2024	2 Desember 2024	9 Hari
	21 Desember 2024	5 Januari 2025	9 Januari 2025	4 Hari
	27 Desember 2024	13 Januari 2025	19 Januari 2025	6 Hari
	29 Desember 2024	16 Januari 2025	20 Januari 2025	4 Hari
	5 Januari 2025	16 Januari 2025	23 Januari 2025	7 Hari
	1 Februari 2025	17 Februari 2025	22 Februari 2025	5 Hari
	2 Februari 2025	19 Februari 2025	23 Februari 2025	4 Hari
	2 Februari 2025	19 Februari 2025	24 Februari 2025	5 Hari
	2 Februari 2025	20 Februari 2025	25 Februari 2025	5 Hari
Rata-rata keterlambatan				5 Hari

Tabel 3 Delay Produksi Vendor B

Vendor B	Tanggal Masuk Produksi	Tanggal Kesepakatan Selesai	Tanggal Selesai Realisasi	Keterlambatan (Hari)
Topi	24 Agustus 2024	31 Agustus 2024	2 September 2024	2 Hari
Tote Bag	10 Desember 2024	18 Desember 2024	19 Desember 2024	1 Hari
Celana	16 Desember 2024	29 Desember 2024	2 Januari 2025	4 Hari
Bandana	19 Februari 2025	25 Februari 2025	26 Februari 2025	1 Hari
Rata-rata keterlambatan				2 Hari

Adapun masalah lainnya yaitu ketidaksesuaian hasil produksi dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh *brand* fesyen "Kugle". Kondisi tersebut beresiko mengakibatkan menurunnya kepuasan konsumen dan hilangnya loyalitas konsumen. Beberapa kasus yang tercatat meliputi cacat pada sablon yang tidak presisi (miring atau bergeser), serta logo yang tidak tercetak sempurna, adapun cacat seperti berjamur namun tidak terdokumentasi. Berikut dokumentasi dari hasil produksi yang mengalami cacat sablon dan ketidaksesuaian logo pada *brand* "Kugle".

Gambar 2 Cacat Produk

Selain itu, tekanan biaya produksi juga mempersempit margin keuntungan perusahaan yang pada akhirnya menyulitkan "Kugle" untuk bersaing dengan merek lain yang memiliki sistem produksi internal yang lebih efisien. Berikut adalah tabel kenaikan biaya produksi pada tahun 2024 sampai dengan 2025.

Tabel 4 Kenaikan Biaya Produksi

Produk	Biaya Produksi(2024)	Biaya Produksi(2025)	Kenaikan(Rp)	Kenaikan(%)
Kaos	Rp. 60.000,-	Rp. 70.000,-	Rp. 10.000,-	16,67%
Topi	Rp. 46.000,-	Rp. 50.000,-	Rp. 4.000,-	8,7%
Tote Bag	Rp. 38.000,-	Rp. 40.000,-	Rp. 2.000,-	5,26%
Celana	Rp. 30.000,-	Rp. 35.000,-	Rp. 5.000,-	16,67%
Bandana	Rp. 18.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 2.000,-	11,11%

Pada tahun 2024, biaya produksi kaos yang dikeluarkan "Kugle" adalah sebesar Rp 60.000 per pcs. Namun, memasuki tahun 2025, biaya tersebut mengalami kenaikan menjadi Rp 70.000 per pcs, yang berarti terjadi kenaikan sebesar Rp 10.000 atau 16,67%. Kondisi serupa juga terjadi pada kategori produk lainnya. Seperti, topi mengalami kenaikan biaya produksi sebesar 8,7%, totebag mengalami kenaikan biaya produksi sebesar 5,26%, sedangkan celana naik 16,67%. Kenaikan ini cukup tinggi dan dapat memperburuk struktur biaya produksi perusahaan jika terus dibiarkan. Bandana juga mengalami kenaikan biaya sebesar 11,11%. Akan tetapi kenaikan ini tidak disertai dengan peningkatan kualitas atau efisiensi dari pihak vendor.

Berdasarkan identifikasi internal perusahaan, diketahui bahwa produk kaos dan celana merupakan dua jenis produk yang paling sering mengalami kendala keterlambatan produksi dan ketidaksesuaian kualitas dari vendor. Oleh karena itu, dalam tahap awal pengembangan fasilitas produksi mandiri, difokuskan terlebih dahulu pada proses produksi kaos dan celana. Fokus ini diharapkan dapat menjadi langkah strategis yang efisien untuk menyelesaikan permasalahan utama dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam industri fesyen yang sangat kompetitif, pengawasan kualitas, efisiensi produksi, dan manajemen biaya merupakan unsur penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Salah satu solusi strategis adalah dengan membangun fasilitas produksi sendiri. Dengan sistem produksi in house, perusahaan dapat mengontrol seluruh tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyelesaian produk akhir, sehingga kualitas dapat lebih terjamin, biaya produksi lebih efisien, dan inovasi produk lebih fleksibel.

Namun, keputusan untuk membangun tempat produksi (konveksi) sendiri tidak bisa dianggap mudah. Diperlukan pengkajian kelayakan menyeluruh yang mempertimbangkan berbagai aspek penting. Selain aspek pasar, teknis dan finansial, perusahaan juga harus memperhatikan aspek hukum, seperti perizinan usaha dan regulasi industri yang berlaku. Mengingat bahwa "Kugle" adalah bisnis yang relatif baru, beberapa persyaratan hukum masih dalam proses pengurusan. Kondisi ini perlu menjadi pertimbangan serius ketika menganalisis kelayakan pengembangan bisnis untuk menghindari timbulnya hambatan administratif dan hukum di kemudian hari. Di sisi lain, aspek lingkungan tidak boleh diabaikan. Produksi pakaian dapat memberikan pengaruh negatif terhadap lingkungan, misalnya melalui limbah tekstil. Oleh karena itu, pengkajian kelayakan juga harus mencakup aspek lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan. Di samping itu, aspek manajemen seperti struktur organisasi, sistem pengendalian produksi, dan kesiapan sumber daya manusia juga menjadi elemen penting dalam keberhasilan implementasi sistem produksi mandiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan pengkajian kelayakan usaha dalam melakukan pengembangan membuat tempat produksi (konveksi) pakaian kaos dan celana brand fesyen "Kugle" dengan mempertimbangkan enam aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen.

TINJAUAN PUSTAKA/LANDASAN TEORI

TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini berisi tentang penelitian yang sudah ada sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dari penelitian oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Nasrullah, 2023) bertujuan untuk menganilisis aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu aspek finansial berupa perkiraan investasi, proyeksi pendapatan dan laba/rugi NV, NPV dan IRR sedangkan aspek non finansial berupa aspek hukum, manajemen dan organisasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi serta aspek social dan ekonomi, yang menjadi informan yaitu pimpinan, kepala divisi produksi

dan pelanggan art clothing production dan data sekunder berupa journal, buku dan lain-lainnya, kemudian diolah menjadi sebuah informasi. Dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan jumlah 3 Informan maka hasil penelitian disimpulkan studi kelayakan bisnis melalui aspek finansial perkiraan investasi, proyeksi Pendapatan dan laba/rugi NV, NPV dan IRR Layak untuk dijalankan sedangkan aspek non finansial, aspek hukum, manajemen dan organisasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi serta aspek social dan ekonomi juga layak untuk dijalankan. [1]

Dari penelitian oleh (Ramawati, 2022) bertujuan untuk melakukan Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Dan Rancangan Business Model Canvas Pakaian Seragam Harian Merk D'Capoenk. D'capoenk merupakan salah satu bisnis dalam kategori industri fashion yang sedang berkembang, persaingan dengan menggunakan strategi network marketing dan kepercayaan dari masyarakat membuat D'capoenk menggunakan business model canvas dan menerapkan business due diligence. Dengan menggunakan analisis kelayakan finansial dari segi hasil penjualan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bisnis D'capoenk layak atau tidak untuk dijalankan. Selain itu, business model canvas juga digunakan untuk memodelkan konsep bisnis dan kegiatan operasional D'capoenk. Nilai NPV > 0, yaitu 708.606.303 sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis seragam harian merek D'capoenk layak untuk dijalankan. Batasan penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta dan Surabaya yang bersedia untuk diwawancarai dan mengisi kuesioner. [2]

Penelitian yang dilakukan oleh (Putu Elita Ratna Sari, 2022) bertujuan untuk mengevaluasi seluruh aspek kelangsungan usaha bisnis pakaian "The x Aksha". Dengan semakin maraknya persaingan di Indonesia khususnya dalam hal berbusana. Disini "The x Aksha" menawarkan desain pakaian bertema summer casual dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau. Tujuan didirikannya "The x Aksha" adalah untuk menyediakan beberapa model pakaian yang ramah lingkungan dan nyaman digunakan di masa pandemi ini dengan desain yang menarik dan harga yang terjangkau. Berdasarkan hasil perhitungan pada aspek keuangan selama 5 tahun diperoleh NPV sebesar Rp. 1.198.996.338 dan IRR sebesar 68%, dimana payback period adalah 1 tahun 2 bulan, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa proyek bisnis clothing ini layak untuk dijalankan. Penelitian mengenai rencana bisnis ini menunjukkan bahwa bisnis The x Aksha dapat dijalankan dan akan memberikan keuntungan bagi investor dengan skenario yang ada. Bisnis pakaian ini dapat dijalankan sesuai dengan asumsi yang ada. [3]

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri Ayu Wulandari, 2022) bertujuan untuk menganalisis kelayakan rencana pengembangan pada usaha RDA Hijab, usaha ini merupakan startup yang menjual pakaian basic Muslim secara online. RDA Hijab mengalami beberapa kendala seperti kapasitas penyimpanan yang kurang memadai dan sulitnya menggambarkan kondisi aktual produk melalui media online. Berdasarkan hasil wawancara, owner RDA Hijab berencana untuk menyewa tempat yang akan menjadi gudang dan sekaligus menjadi toko offline. Berdasarkan permasalahan dan rencana pengembangan usaha tersebut, maka dilakukan analisis kelayakan berdasarkan aspek pasar, teknis dan finansial. Analisis kelayakan menunjukkan hasil bahwa rencana pengembangan usaha RDA Hijab layak dilakukan dengan nilai NPV sebesar Rp125,638,535.65, IRR sebesar 34% dan PBP selama 4.071 tahun. Analisis sensitivitas menunjukkan bahwa investasi usaha RDA Hijab sensitif terhadap peningkatan harga pokok produksi sebesar 13.67%, peningkatan gaji tenaga kerja sebesar 13.40%, penurunan harga jual sebesar 5.10% dan penurunan demand sebesar 4.98%. Sedangkan risiko yang mungkin muncul pada usaha RDA Hijab adalah pelayanan yang kurang memuaskan, kesalahan pengiriman barang dan kenaikan tingkat inflasi yang diperhitungkan sebesar 4%. [4]

Penelitian yang dilakukan oleh (Sa'adah & Indahsari, 2022) bertujuan untuk mengetahui kelayakan UMKM konveksi CV. Fizzul Putra Mandiri Kabupaten Jombang dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang berkenaan dengan aspek non finansial dianalisis dengan teknik kualitatif, sedangkan data yang berkenaan dengan aspek finansial dianalisis dengan teknik kuantitatif menggunakan metode analisis penilaian kriteria investasi. Hasil analisis aspek non finansial diantaranya aspek hukum menunjukkan kepemilikan legalitas usaha lengkap, aspek pemasaran menunjukkan pemenuhan unsur kelayakan dalam marketing mix 4P (product, price, promotion, place), aspek teknis menunjukkan pemilihan lokasi strategis, keterjangkauan bahan baku, ketersediaan dan kompetensi tenaga kerja sesuai, teknologi produksi semi modern, proses produksi dan layout sesuai dengan indikator kelayakan, dari aspek manajemen dan pengelolaan SDM sesuai dengan indikator kelayakan, dan dari aspek sosial ekonomi keberadaan usaha berdampak positif terutama dalam penyerapan tenaga kerja, aktivitas sosial serta penyediaan produk pakaian sesuai kebutuhan lingkungan sekitar. Sedangkan perolehan hasil analisis finansial dengan kriteria investasi diantaranya PP selama 2 tahun 11 bulan 7 hari; NPV sebesar Rp.42.198.852,-; IRR sebesar 23,49%; PI 1,08 kali; dan ARR 65,9% dengan discount factor yang telah ditentukan sebesar 20%. Berdasarkan analisis kelayakan usaha ditinjau dari kedua aspek tersebut, CV. Fizzul Putra Mandiri layak untuk dijalankan dan dikembangkan. [5]

Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari et al., 2020) bertujuan untuk mengembangkan usahanya melalui penjualan secara online dan memproduksi produknya secara mandiri dengan membuat tempat produksi sendiri. Pada penelitian ini dilakukan analisis kelayakan untuk menentukan layak atau tidaknya pendirian toko online dan konveksi tersebut dijalankan berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Setelah dilakukan penelitian ,diperoleh bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan. Hal tersebut didasarkan pada beberapa kriteria investasi yaitu, nilai NPV sebesar Rp 170,471,816 bernilai positif atau lebih dari 0, nilai IRR sebesar 35,59% lebih besar dari nilai MARR sebesar 13.74%, dan berdasarkan PBP investasi akan kembali dalam jangka waktu 3,72 tahun atau pada tahun ke 3 bulan ke 9 . Dari hasil perhitungan sensitivitas pada usaha Mitra Family, penurunan demand adalah variabel yang paling berpengaruh pada pendapatan usaha dengan persentase penurunan sebesar 7,26. [6]

Penelitian yang dilakukan oleh Zahrotun & Fatmawati, (2025) bertujuan untuk menganalisis kelayakan pengembangan usaha RUSPIN dari sisi pasar dan pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi lapangan, dan pengarsipan internal perusahaan NS RUSPIN. Analisis dilakukan berdasarkan pendekatan segmentasi, targeting, positioning (STP) serta bauran pemasaran 4P (product, price, place, promotion). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha RUSPIN dinilai layak untuk dikembangkan. Target pasar telah ditentukan dengan jelas, meliputi individu usia produktif, pengembang perumahan, serta lembaga pemerintah seperti Kementerian PUPR. Penetapan harga yang kompetitif, lokasi strategis yang dekat bahan baku, dan strategi promosi digital menjadi komponen pendukung utama dalam pengembangan bisnis. Minimnya pesaing serta tingginya kebutuhan hunian di wilayah Jawa Tengah juga memperkuat peluang usaha RUSPIN untuk terus tumbuh secara berkelanjutan. [7]

Penelitian yang dilakukan oleh Michella et al., (2023) dengan judul Business Feasibility Study Analysis of The Pianeta Ice Cream Dessert Business. Pianeta Gelato menghadapi tantangan utama berupa persaingan ketat dengan merek gelato lain yang inovatif, serta kebutuhan untuk terus berinovasi dalam produk dan desain toko. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan pendirian toko gelato yang menawarkan makanan penutup unik, dengan fokus pada identifikasi peluang pasar, evaluasi strategi kompetitif, dan pengembangan metode pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi analisis keuangan, seperti arus kas dan perhitungan return on investment, serta strategi promosi untuk meningkatkan visibilitas merek. Hasil studi menunjukkan potensi positif untuk membuka toko gelato, terutama di iklim

tropis Indonesia, dengan target pasar utama adalah milenial berusia 21-41 tahun. Dengan rasa khas dan desain toko yang estetis, Pianeta Gelato didukung oleh teknologi produksi modern, dan analisis finansial menunjukkan IRR sebesar 62,85% dan payback period sekitar 1,4 tahun, serta NPV IDR 174.646.865, menandakan potensi keuntungan besar jika strategi dilaksanakan dengan baik. [8]

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al., (2023) dengan judul Business Feasibility Study on Development of The Local Fashion Industry Through Technology Innovation Using Kita Lokal. Kita Lokal memberdayakan penjahit lokal di Indonesia dengan aplikasi layanan pakaian tradisional yang menawarkan fitur pengiriman, mengatasi tantangan akses digital dan efisiensi pengiriman. Bertujuan mempromosikan mode lokal dan menciptakan komunitas fashion berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi analisis pasar, pengembangan aplikasi untuk menghubungkan konsumen dan penjahit, serta promosi digital untuk meningkatkan kesadaran akan produk lokal. Hasilnya, Kita Lokal berhasil meningkatkan kolaborasi antara konsumen dan penjahit lokal, memperkuat apresiasi terhadap produk lokal, dan mendorong inovasi di industri fashion lokal. Aplikasi ini juga membantu mengubah persepsi masyarakat, menjadikan produk lokal kompetitif dengan merek internasional. [9]

Penelitian yang dilakukan oleh Fadila et al., (2024) dengan judul Perancangan Bisnis Pembukaan Cabang Baru Pada CV. KMB Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. CV. KMB mengalami fluktuasi pendapatan akibat kurangnya ruang penyimpanan dan display, yang menghambat pemenuhan permintaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan pada pembukaan cabang baru di lokasi dengan potensi pasar yang lebih baik, menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk analisis data pasar, teknis, dan finansial, serta observasi langsung. Analisis kelayakan dilakukan dengan menghitung NPV, IRR, dan PBP. Hasilnya menunjukkan NPV sebesar IDR 8.110.680.197, IRR 35,88%, dan PBP 3,65 tahun, yang menandakan bahwa pembukaan cabang baru KMB layak untuk dilaksanakan. [10]

LANDASAN TEORI

Berikut merupakan landasan teori yang terdapat dalam penelitian ini:

Pengertian Studi Kelayakan

Studi kelayakan adalah penelitian terhadap rencana bisnis untuk menentukan apakah bisnis tersebut layak atau tidak. Menurut (Hapsawati Taan, Bakry, 2024) studi kelayakan adalah studi mendalam untuk menilai kelayakan bisnis atau proyek. Penilaian ini mencakup identifikasi masalah, peluang, potensi risiko dan manfaat bisnis atau usaha. Artinya, studi kelayakan adalah alat penting untuk membantu pengusaha dan investor membuat keputusan

bisnis yang baik. Studi kelayakan bertujuan untuk menemukan keuntungan dan kerugian dari kegiatan saat ini dan masa depan dengan cara yang tidak memihak dan masuk akal serta pengaruhnya terhadap kehidupan perusahaan, aset yang dibutuhkan dan potensi perusahaan pada akhirnya. Dalam studi kelayakan bisnis, ada beberapa aspek yang perlu dianalisis secara terpadu. Aspek-aspek tersebut saling berkaitan dan menentukan apakah bisnis tersebut dapat dikatakan layak atau tidak. Aspek-aspek tersebut antara lain sebagai berikut.

Aspek Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi. Dengan kata lain, setiap kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Menurut (Kasmir, 2017) aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Dengan kata lain, aspek ini mengukur seberapa besar potensi pasar untuk produk yang ditawarkan serta seberapa besar pangsa pasar (market share) yang dikuasai oleh para pesaing saat ini. Selain itu, aspek ini juga menganalisis strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk menangkap peluang pasar yang ada.

Aspek Teknis

Menurut (Kasmir, 2017) aspek teknis adalah aspek yang berhubungan dengan teknik atau operasional, aspek ini mengkaji masalah penentuan lokasi, luas area produksi, tata letak dan susunan peralatan pabrik, termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek teknis ini sangat tergantung dari jenis perusahaan yang akan dikelola, karena setiap jenis perusahaan memiliki prioritas masing-masing. Aspek teknis ini juga berguna untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan bisnis dengan menilai area produksi, tata letak, dan mesin yang digunakan. Menurut Schatzi Hawa Eza Leilluna, (2025) Faktor-faktor yang perlu dijawab dalam aspek teknis ini meliputi :

- Lokasi bisnis, yakni tempat di mana suatu bisnis akan dilaksanakan, baik untuk pertimbangan lokasi dan lahan pabrik maupun lokasi non-pabrik.
- Skala operasi, yaitu seberapa luas produksi yang ditetapkan untuk mencapai tingkat skala ekonomis.
- Kriteria pemilihan mesin dan peralatan utama, serta alat bantu mesin dan peralatan.
- Proses produksi, termasuk bagaimana proses tersebut dilakukan dan layout pabrik yang dipilih, serta layout bangunan dan fasilitas lainnya.

- Jenis teknologi yang diusulkan, apakah sudah sesuai dan tepat.

Sebelum mengidentifikasi seluruh faktor tersebut, terdapat beberapa aspek yang perlu dipahami terlebih dahulu, yaitu karakteristik produk yang dihasilkan. Hal ini mencakup standar kualitas, ukuran, warna, merek dagang, lisensi, ketentuan penyimpanan, pengemasan, pengiriman, serta kemungkinan bahwa tidak semua komponen produk diproduksi secara mandiri.

Aspek Finansial

Aspek finansial atau aspek keuangan merupakan suatu aspek yang digunakan untuk menilai keuangan pemilik usaha secara keseluruhan. Mulai dari sumber dana, investasi dan pendapatan. Menurut (Kasmir, 2017) aspek keuangan adalah evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui kapasitas perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan. Aspek ini menilai kelayakan investasi dengan cara menganalisis arus kas perusahaan untuk mengetahui seberapa cepat modal yang diinvestasikan dapat diperoleh kembali (payback period) dan dengan menggunakan metode lain seperti Net Present Value (NPV) dan Internal Rate Of Return (IRR) untuk mengetahui apakah investasi tersebut layak untuk dijalankan. Selain itu, aspek keuangan juga mencakup perhitungan jumlah dana yang dibutuhkan, sumber-sumber pembiayaan, proyeksi pendapatan, neraca, laporan laba rugi, dan penilaian terhadap risiko keuangan bisnis. Untuk menilai kelayakan finansial, digunakan metode analisis investasi, sebagai berikut.

Metode *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah metode yang digunakan untuk menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus kas keluar selama periode waktu tertentu. NPV digunakan untuk menilai apakah suatu investasi menghasilkan nilai tambah atau tidak. Jika nilai NPV lebih besar dari nol, maka proyek atau investasi dianggap layak karena memberikan keuntungan bersih setelah memperhitungkan biaya modal (Kasmir, 2017). NPV diperoleh dengan rumus berikut.

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0 \qquad (1)$$

Keterangan:

t= umur proyek atau tahun kegiatan bisnis.

r= tingkat bunga.

Ct= arus kas bersih pada tahun ke-t.

C0= investasi awal

Metode *Payback Period* (PP)

Payback Period (PP) adalah waktu yang dibutuhkan untuk memulihkan modal investasi awal melalui arus kas masuk. Menurut (Imelia Santoso, 2025) payback period (PP) merupakan pendekatan sederhana untuk menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan investasi untuk menghasilkan pengembalian yang setidaknya sama dengan investasi awal. Dalam pendekatan ini, fokusnya adalah pada pengembalian dana yang diinvestasikan dan bukan pada nilai waktu dari uang. Periode pengembalian modal dihitung dengan membagi investasi awal dengan arus kas bersih tahunan. PP diperoleh dengan rumus berikut.

$$PP = \frac{Investasi\ Awal}{Arus\ Kas\ Tahunan\ Rata{-}rata} \qquad (2)$$

Rumus ini membagi nilai awal investasi dengan arus kas bersih yang diperoleh dari investasi tersebut setiap tahunnya. Diasumsikan bahwa jumlah arus kas yang diterima setiap tahun adalah konstan.

Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat pengembalian investasi dimana nilai NPV sama dengan nol. IRR digunakan untuk membandingkan tingkat pengembalian suatu proyek dengan tingkat pengembalian minimum yang diharapkan oleh investor, jika IRR lebih besar dari tingkat pengembalian yang diharapkan, maka proyek tersebut dinyatakan layak. Penelitian (Elsa, Wandani, 2022) menunjukkan bahwa IRR yang berada di atas tingkat suku bunga bank dan cost of capital dapat menjadi indikator yang kuat bahwa investasi tersebut menguntungkan dalam jangka panjang. IRR diperoleh dengan rumus berikut.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1) \qquad (3)$$

Keterangan:

i1= tingkat diskonto rate yang menghasilkan NPV1

i2= tingkat diskonto rate yang menghasilkan NPV2

Aspek Hukum

Menurut (Adih Supriadi, Angga, 2021) aspek hukum merupakan salah satu komponen penting dalam studi kelayakan bisnis dan berkaitan dengan legalitas dan kepatuhan perusahaan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku. Setiap perusahaan yang ingin mendirikan, mengembangkan, atau mengoperasikan bisnis harus memperhatikan aspek hukum untuk memastikan bahwa bisnis tersebut dapat beroperasi dengan aman, legal, dan terjamin. Penilaian aspek hukum dalam studi kelayakan membantu menghindari potensi konflik hukum, denda, penangguhan kegiatan, dan pencabutan izin. Oleh karena itu, setiap

kegiatan bisnis yang sedang dikembangkan harus memastikan bahwa semua prosedur perizinan dan kepatuhan terhadap peraturan telah dilaksanakan dengan baik.

Aspek Lingkungan

Masalah lingkungan adalah salah satu faktor kunci yang harus dipertimbangkan untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Menurut (Sugianto & Riawan, 2017) aspek lingkungan mencakup penilaian dampak kegiatan bisnis konveksi terhadap lingkungan alam dan sosial di sekitarnya. Hal ini termasuk menganalisis potensi polusi, penggunaan bahan baku, pengelolaan limbah, dan adaptasi lokasi perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Selain itu, aspek lingkungan mempertimbangkan bagaimana proyek-proyek konvektif dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat lokal dan ekosistem sambil meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, analisis aspek lingkungan harus dilakukan sebelum proyek dimulai. Dampak yang akan terjadi perlu diidentifikasi dan solusi perlu ditemukan untuk mengatasi dampak tersebut.

Aspek Manajemen

(Kasmir, 2017) menyatakan bahwa aspek manajemen salah satu aspek penting yang dianalisis untuk menilai kelayakan suatu usaha. Aspek ini menitik beratkan pada bagaimana manajemen dan organisasi perusahaan akan mengelola bisnis tersebut agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif dan efisien. Aspek manajemen mencakup analisis terhadap kesiapan manajemen dalam menjalankan bisnis, termasuk perencanaan, pengorganisasian, penerapan, dan pengawasan kegiatan usaha. Hal ini penting karena walaupun aspek lain seperti pasar dan keuangan sudah layak, tanpa manajemen yang baik usaha bisa mengalami kegagalan. Aspek manajemen juga mencakup struktur organisasi, pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab, serta kemampuan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha.

HIPOTESA DAN KERANGKA TEORITIS

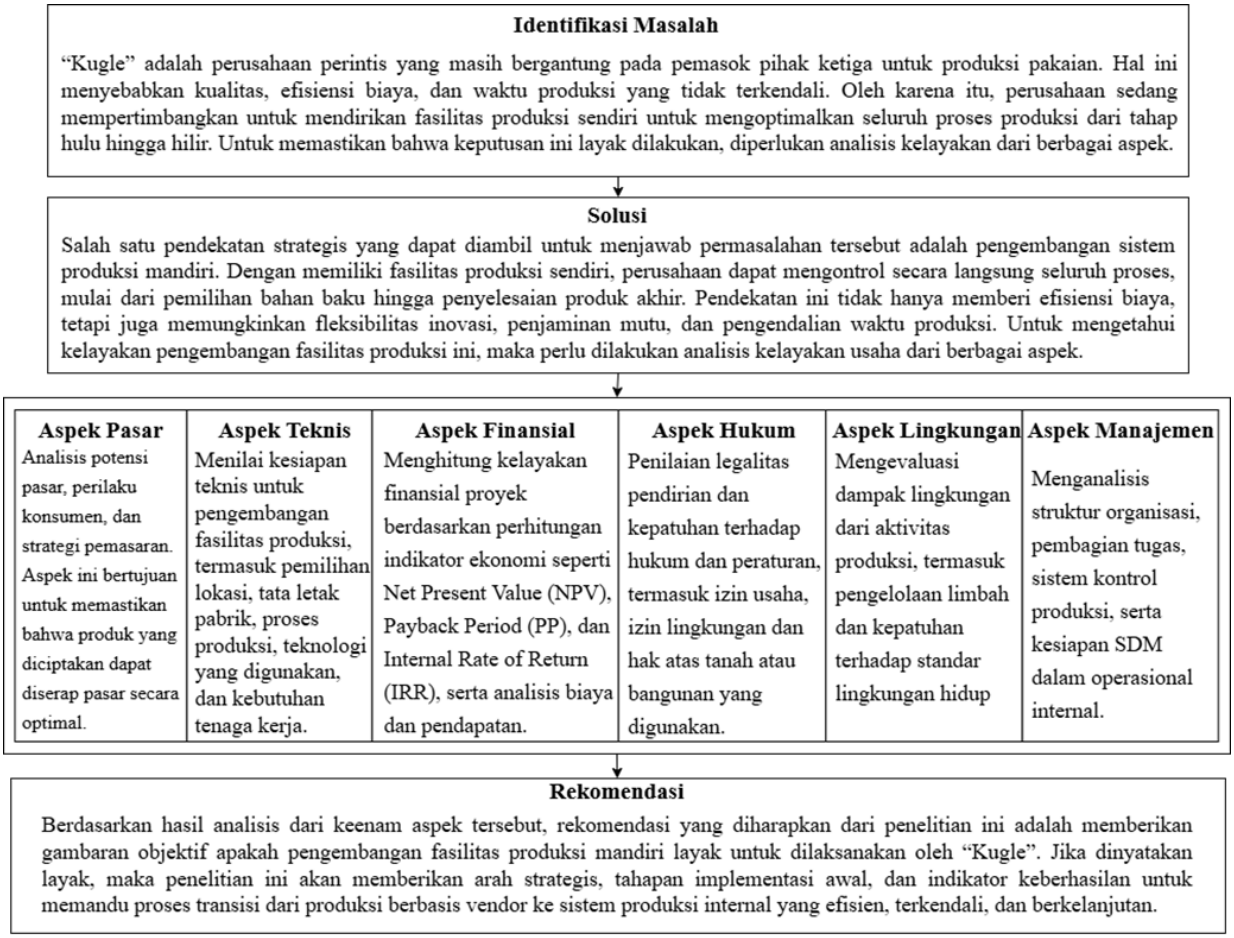
Hipotesa

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa pengembangan fasilitas produksi mandiri (konveksi) pada usaha fesyen “Kugle” layak untuk dilakukan, yang ditinjau dari enam aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen. Dengan adanya fasilitas produksi internal, diharapkan perusahaan dapat mengendalikan kualitas produk secara lebih optimal, mengurangi risiko keterlambatan, menekan biaya produksi, serta memiliki fleksibilitas dalam pengembangan desain dan inovasi produk. Selain itu, pengelolaan produksi yang lebih terstruktur dan legalitas yang terpenuhi akan memberikan jaminan keberlanjutan

bisnis serta meningkatkan efisiensi dan profesionalitas operasional "Kugle" secara keseluruhan.

Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis berikut menggambarkan hubungan antar variabel yang menjadi fokus penelitian, seperti ditunjukkan pada diagram di bawah ini.



Gambar 3 Kerangka Teoritis

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur, tata cara, atau langkah-langkah ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu yang dilakukan dalam penelitian. Berikut merupakan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini terdapat 2 jenis data yaitu data primer dengan data sekunder. Berikut adalah data yang akan digunakan :

a. Data Primer merupakan data yang diperoleh dari sumber asli (tanpa melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau

kelompok, hasil pengamatan terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan hasil pengujian. Data ini didapat dari metode wawancara kepada owner perusahaan.

b. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak tidak langsung. Data sekunder tersebut biasanya berbentuk dokumen, file, arsip atau catatan-catatan perusahaan. Data ini diperoleh melalui pengarsipan perusahaan dan literatur yang berhubungan dengan penelitian selama periode tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu :

Observasi Lapangan

Langkah ini dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi faktual yang berkaitan dengan kondisi operasional usaha “Kugle” saat ini, khususnya dalam hal produksi, ketergantungan terhadap vendor pihak ketiga, dan kendala yang muncul dalam proses tersebut. Teknik yang digunakan meliputi pengamatan langsung di lokasi usaha serta wawancara informal dengan pemilik dan pihak internal perusahaan guna memperoleh gambaran menyeluruh tentang kebutuhan pengembangan fasilitas produksi sendiri.

Studi Pustaka

Tahap ini bertujuan untuk menemukan landasan teori yang mendukung analisis kelayakan pengembangan usaha. Teori-teori yang dikaji meliputi studi kelayakan usaha (aspek pasar, teknis, finansial, hukum, lingkungan, dan manajemen), perhitungan investasi seperti NPV, IRR, PP, serta referensi dari jurnal dan penelitian terdahulu yang relevan dengan kasus serupa. Pendekatan dilakukan dengan mengumpulkan literatur dari buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen akademik yang berkaitan dengan pengembangan usaha konveksi.

Metode Analisis

Metode analisis dilakukan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan guna menilai kelayakan pengembangan fasilitas produksi mandiri “Kugle”. Proses pengolahan data dilakukan melalui enam aspek utama sebagai berikut.

Aspek Pasar

Menganalisis tren penjualan dengan data yang tersedia, segmentasi konsumen, strategi pemasaran, serta proyeksi permintaan di masa depan.

Aspek Teknis

Menilai kebutuhan teknis pengembangan konveksi seperti kapasitas produksi, jenis dan jumlah mesin, kebutuhan SDM produksi, serta rencana tata letak fasilitas *(layout).*

Aspek Finansial

Menghitung total pendapatan dari proyeksi penjualan, memperkirakan biaya operasional (bahan baku, gaji, listrik, dan lainnya), menentukan Harga Pokok Produksi (HPP), serta menghitung kelayakan investasi menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP).

Aspek Hukum

Menganalisis kelengkapan legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan dokumen perizinan lainnya, serta meninjau potensi risiko hukum dari kegiatan produksi.

Aspek Lingkungan

Menilai dampak lingkungan dari kegiatan konveksi seperti potensi limbah tekstil, pengelolaan sampah produksi, serta kepatuhan terhadap regulasi lingkungan hidup sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Aspek Manajemen

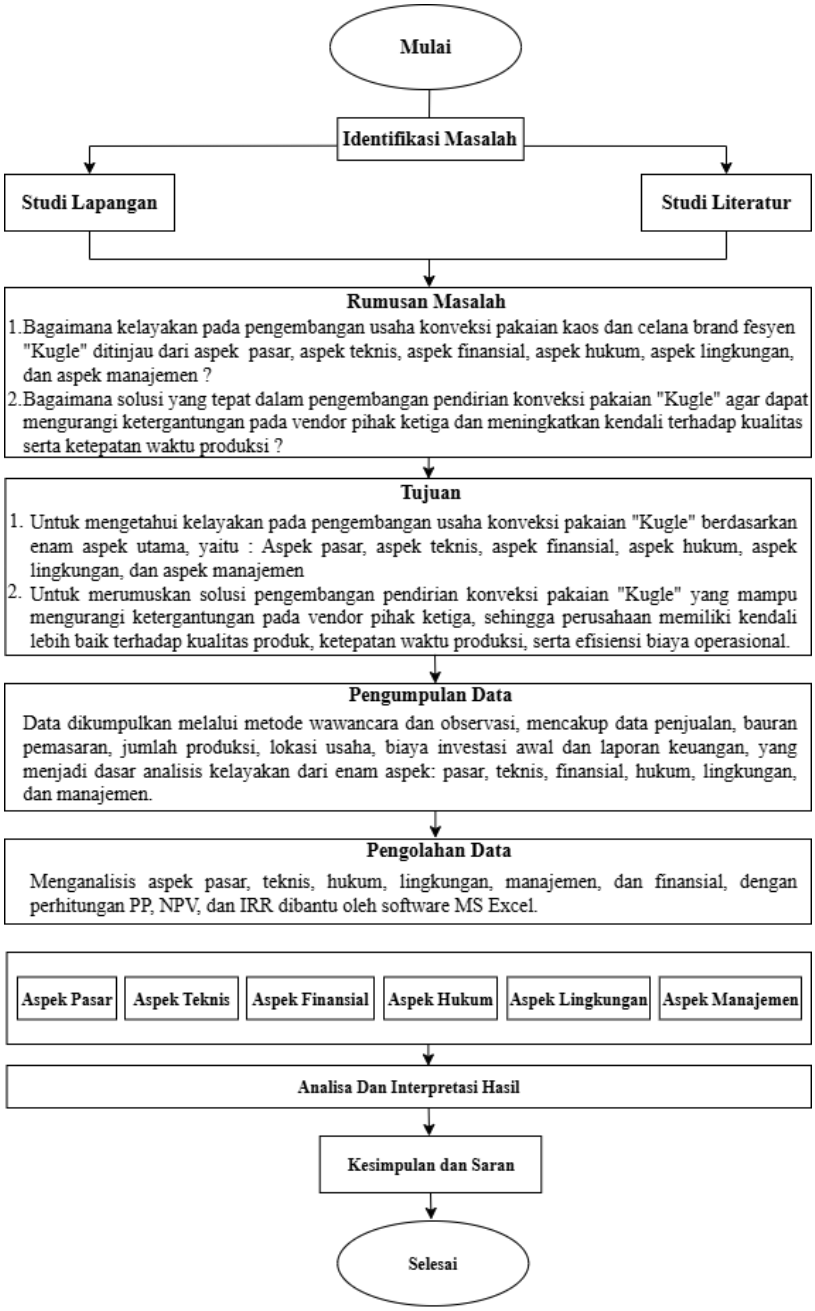
Menganalisis struktur organisasi yang dibutuhkan, sistem operasional harian, pembagian fungsi kerja, serta perencanaan sumber daya manusia agar operasional konveksi berjalan efisien dan terkontrol.

Analisa dan Interpretasi hasil

Pada tahap ini diberikan analisa terhadap hasil dari pengolahann data yang telah dilakukan sebelumnya. Analisa yang dilakukan mulai dari awal yaitu dari pengolahan data sampai dengan hasil dari perbaikan permasalahan.

Kesimpulan dan Saran

Tahap akhir penelitian ini adalah penarikan kesimpulan atas keseluruhan hasil yang diperoleh dari langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban dari permasalahan yang ada. Selain itu juga akan diberikan saran sebagai masukkan yang positif berkaitan dengan hasil penelitian. Untuk selanjutnya dapat memberikan rekomendasi perbaikan bagi perusahaan, maupun saran perbaikan bagi peneliti selanjutnya.



Gambar 4 Alur Penelitian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah proses pengolahan data dari penelitian yang dilakukan pada brand fesyen “Kugle”.

Aspek Pasar

Berikut ini adalah data penjualan yang tersedia dan hasil peramalan dari produk kaos dan celana “Kugle, disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 5 Data Penjualan

Bulan	Kaos (pcs)	Celana (pcs)
2024		
November	91	63
Desember	66	32
2025		
Januari	170	211
Februari	132	202
Maret	210	180
April	236	218
Mei	150	107
Juni	106	214
Juli	142	200
Jumlah	1303	1427
Rata-rata	145	159

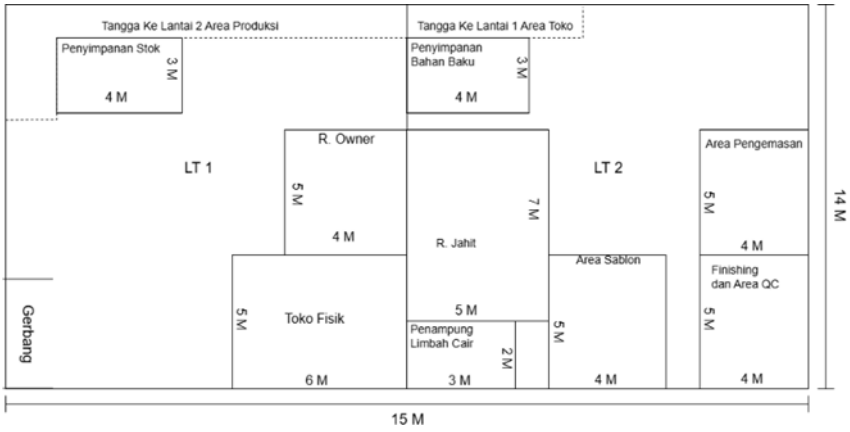
Tabel 6 Nilai MSE, MAD, MAPE Pada Penjualan Produk

Metode	Parameter	Produk	MAD	MSE	MAPE
Moving Average	3	Kaos	45,533	2775,022	0,285
		Celana	35,533	2326,422	0,219
Moving Average	4	Kaos	50,389	3295,944	0,298
		Celana	29,861	1954,229	0,195
Linier Regression		Kaos	29,029	1654,061	0,227
		Celana	42,609	2500,438	0,474

Data penjualan produk kaos dan celana dari November 2024 hingga Juli 2025 menunjukkan tren peningkatan yang konsisten. Proyeksi permintaan hingga November 2025 menggunakan metode peramalan Moving Average (untuk celana) dan Linear Regression (untuk kaos), yang dipilih berdasarkan nilai kesalahan MAD, MSE, dan MAPE terendah. Hasilnya mengindikasikan potensi pertumbuhan pasar yang berkelanjutan. Analisis STP "Kugle" menunjukkan pendekatan yang terstruktur, dimulai dari segmentasi pasar yang terperinci pada demografi, geografi, psikografi, dan perilaku konsumen. Fokus pada anak muda usia 17-30 tahun dengan minat spesifik pada sepak bola dan musik, serta positioning sebagai merek lokal yang berani dan unik, berhasil menciptakan identitas merek yang kuat dan menumbuhkan loyalitas konsumen. Implementasi bauran pemasaran (4P) juga dinilai efektif. *Product* berupa pakaian dengan desain tematik terbatas dan kualitas premium. *Price* yang kompetitif. *Place* melalui kombinasi penjualan *online* (*marketplace* dan media sosial) dan toko fisik, serta *Promotion* yang berfokus pada pemasaran digital, didukung oleh promosi organik *(word of mouth).*

Aspek Teknis

Berikut ini adalah *layout* tempat produksi yang direncanakan.



Gambar 5 *Layout*

Pemilihan lokasi di Jalan Taman Udan Riris II, Kota Semarang dianggap strategis karena aksesnya yang luas, kemudahan distribusi, serta ketersediaan tenaga kerja dan infrastruktur dasar. Dari sisi operasional, tata letak bangunan dirancang efisien dengan pemisahan fungsi antara toko fisik/penyimpanan di lantai satu dan area produksi di lantai dua. Desain ini bertujuan untuk meminimalkan pergerakan bahan dan produk, sehingga meningkatkan efisiensi alur kerja. Berdasarkan perhitungan kapasitas riil yang lebih akurat, fasilitas produksi mandiri memiliki potensi untuk menghasilkan total 750 produk per bulan. Angka ini memungkinkan penyesuaian produksi berdasarkan tren pasar, di mana kaos lebih dominan dibandingkan celana. Dengan rasio yang disesuaikan yaitu 400 kaos dan 350 celana per bulan, produksi mandiri tidak hanya akan mencukupi permintaan yang diproyeksikan, tetapi juga memiliki kapasitas cadangan yang signifikan untuk mengantisipasi pertumbuhan penjualan di masa depan. Hasil peramalan menunjukkan bahwa estimasi permintaan produk masih berada dalam kapasitas yang dapat dipenuhi oleh rencana produksi tersebut, sehingga pada tahap awal tidak diperlukan penambahan peralatan secara signifikan. Namun, apabila tren permintaan terus meningkat di atas kapasitas ini, maka perlu dilakukan evaluasi ulang terhadap kebutuhan sumber daya dan fasilitas produksi untuk memastikan kelancaran pemenuhan permintaan pasar di masa depan.

Aspek Finansial

Berikut ini adalah pengolahan dengan metode *Net Present Value, Internal Rate of Return,* dan *Payback Period.*

Net Present Value

Tabel 7 NPV

Tahun ke	Aliran kas bersih	Faktor diskonto (5%)	PV aliran kas
1	Rp. 291.498.000	0,9524	Rp. 277.622.695

Total Kas Masuk	Rp. 277.622.695
PV Investasi	Rp. 190.740.000
Total NPV = Total Kas Masuk - PV Investasi	Rp. 86.882.695

Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV) pada rencana pengembangan usaha "Kugle" selama satu tahun, diperoleh nilai NPV positif sebesar Rp. 86.882.695 dengan tingkat diskonto 5%. Nilai NPV ≥ 0 ini menunjukkan bahwa proyek pengembangan usaha secara finansial layak untuk dilaksanakan karena diharapkan mampu memberikan keuntungan bersih setelah memperhitungkan biaya investasi awal.

Internal Rate of Return

Tabel 8 IRR

Rate (suku bunga)	5%	
Tahun	0	1
Arus kas	- 190.740.000	291.498.000
IRR	53%	

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Excel (=IRR), diperoleh nilai IRR sebesar 53%. Karena nilai IRR 53% jauh lebih besar dari tingkat suku bunga yang dijadikan patokan (5%) maka usaha tersebut layak untuk dijalankan.

Payback Period

Tabel 9 PP

Payback Period	
Total Investasi / Keuntungan	0,6543

Berdasarkan perhitungan pada tabel, waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal investasi awal adalah selama 0,6543 tahun. Jika dikonversikan ke dalam bulan, periode pengembalian modal tersebut adalah sekitar 7,85 bulan atau kurang dari satu tahun.

Aspek Hukum

Berikut adalah tabel analisis dari aspek hukum.

Tabel 10 Analisis Aspek Hukum

Komponen Hukum	Status saat ini	Keterangan
Status Kepemilikan Lahan	Hak Milik	Lahan dan bangunan milik pribadi pemilik usaha
Status Kepemilikan Bangunan	Hak Milik	Digunakan untuk toko fisik dan rencana fasilitas produksi
Izin Usaha	Dalam Proses	Perlu segera diselesaikan sebelum operasional mandiri

Komponen Hukum	Status saat ini	Keterangan
	Pengurusan	dilakukan
Hak Kekayaan Intelektual	Dalam Proses Pengurusan	Merek dagang sedang didaftarkan untuk melindungi identitas brand
Perpajakan	Rutin	Kewajiban perpajakan telah dipenuhi

Aspek Lingkungan

Berikut ini adalah strategi pengolahan limbah yang direncanakan.

Tabel 11 Strategi Pengolahan Limbah

Jenis Limbah	Strategi Pengelolaan	Keterangan
Limbah Tekstil (Kain Perca)	1. Daur ulang menjadi produk aksesori kecil seperti patch 2. Donasi ke komunitas kerajinan lokal	Memanfaatkan potongan sisa sebagai bahan produksi lanjutan
Limbah Plastik Kemasan	Mengganti kemasan plastik dengan bahan ramah lingkungan, seperti paper bag	Mengurangi sampah plastik sekali pakai dan meningkatkan kesadaran pekerja
Limbah Sablon	1. Menyediakan saluran dan bak khusus untuk limbah cair 2. Menjalin kerja sama dengan pengelola limbah B3 jika volume signifikan	Mengurangi potensi pencemaran air dan tanah serta memenuhi regulasi lingkungan
Debu Kain	1. Menggunakan penyedot debu atau vacuum 2. Menyediakan ventilasi udara yang memadai 3. Memberikan pelindung pernapasan untuk operator	Menjaga kualitas udara diruang produksi
Limbah Domestik	1. Penyediaan tempat sampah organik dan anorganik 2. Pengangkutan rutin oleh jasa kebersihan 3. Memberikan edukasi kebersihan kepada pekerja	Menjaga lingkungan kerja tetap bersih, sehat, dan nyaman

Aspek Manajemen

Berikut adalah rencana struktur organisasi yang akan diterapkan pada perusahaan brand fesyen “Kugle”.

Gambar 6 Struktur Organisasi

Perbandingan Kondisi

Berikut ini adalah tabel perbandingan kondisi ketergantungan vendor dengan produksi mandiri yang direncankan.

Tabel 12 Perbandingan Kondisi

Aspek Kelayakan	Kondisi saat ini	Kondisi mandiri
Aspek Pasar	Meskipun data penjualan menunjukkan tren permintaan yang kuat dan terus meningkat, brand menghadapi risiko penurunan reputasi akibat masalah kualitas dan keterlambatan produksi dari vendor. Risiko ini dapat menghambat pertumbuhan pasar yang potensial.	Dengan kontrol penuh terhadap produksi, brand dapat memastikan kualitas dan ketepatan waktu pengiriman. Hal ini tidak hanya akan memperkuat citra merek dan meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memungkinkan brand untuk memenuhi peramalan permintaan di masa mendatang secara optimal. Fleksibilitas produksi mandiri juga memungkinkan brand untuk lebih cepat berinovasi dan merespons tren pasar.
Aspek Teknis	Produksi sangat bergantung pada pihak ketiga, yang menyebabkan masalah keterlambatan, inkonsistensi kualitas, dan tingginya biaya operasional. Brand tidak memiliki kontrol langsung terhadap proses pembuatan produk.	*Brand* akan memiliki kendali penuh atas seluruh proses produksi, dari pemilihan bahan hingga finishing. Hal ini secara langsung mengatasi masalah keterlambatan dan kualitas, serta memungkinkan efisiensi alur produksi yang lebih baik.
Aspek Finansial	Usaha sudah profitable dengan margin keuntungan 47,29%, namun biaya produksi per unit (HPP) masih tinggi karena bergantung pada harga vendor.	HPP dapat ditekan secara signifikan, misalnya, HPP kaos turun dari Rp. 70.000 menjadi Rp. 43.058, yang akan meningkatkan profitabilitas secara fundamental. Proyeksi keuangan menunjukkan nilai NPV yang positif, IRR yang tinggi, dan *Payback Period* yang singkat, menandakan bahwa investasi ini sangat menguntungkan.
Aspek Hukum	Legalitas produksi bersifat tidak langsung melalui vendor, dan perlindungan merek masih dalam proses pengurusan.	Proyek ini mendorong penyelesaian Izin Usaha dan HAKI, yang akan memberikan fondasi hukum yang lebih kuat dan perlindungan penuh terhadap identitas serta operasional brand dalam jangka panjang.

Aspek Kelayakan	Kondisi saat ini	Kondisi mandiri
Aspek Lingkungan	Tidak ada dampak lingkungan langsung dari operasional "Kugle" karena produksi masih di vendor.	*Brand* akan memiliki tanggung jawab langsung terhadap limbah yang dihasilkan, namun dengan adanya rencana pengelolaan limbah yang terperinci (daur ulang, penanganan limbah sablon, dll.), *brand* dapat beroperasi secara lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.
Aspek Manajemen	Pengelolaan usaha masih bersifat individual dan informal, dengan keterbatasan kontrol atas aktivitas produksi.	*Brand* akan beralih ke struktur manajemen yang terorganisir dan fungsional. Pembagian tugas dan sistem pengawasan yang jelas akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, yang sangat krusial untuk mengelola fasilitas produksi yang lebih kompleks.

D. KESIMPULAN

Analisis kelayakan untuk beralih ke produksi mandiri menunjukkan bahwa merek fesyen "Kugle" akan mendapatkan manfaat signifikan di berbagai aspek. Dari sisi pasar, kontrol produksi mandiri akan meningkatkan kualitas, ketepatan waktu, dan reputasi merek, memungkinkan inovasi yang lebih cepat. Secara teknis, transisi ini akan mengatasi keterlambatan dan inkonsistensi kualitas dari pihak ketiga, serta meningkatkan efisiensi operasional. Secara finansial, produksi mandiri diproyeksikan akan menurunkan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan meningkatkan profitabilitas, dengan indikator investasi yang positif. Dari aspek hukum, legalitas dan perlindungan merek akan lebih kuat. Aspek lingkungan akan lebih terkontrol dengan adanya pengelolaan limbah yang terencana. Terakhir, dari sisi manajemen, struktur organisasi yang lebih formal akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan, yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan usaha di masa depan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, makalah ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada "Kugle", dosen pembimbing, teman-teman dan semua pihak atas segala bantuan yang diberikan. Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari kata sempurna dan diharapkan ada kritik saran yang membangun. Semoga makalah ini bermanfaat.

E. DAFTAR PUSTAKA

[1] Adih Supriadi, Angga, P. et al. (2021). STUDI KELAYAKAN BISNIS : Tinjauan, Teori dan Praktis (Edisi Pert).

[2] D Hidayat. (2021). Analisis Kelayakan Rencana Bisnis Bidang Konveksi Kaos Didaerah Dukuh Menanggal. Repository.Unipasby.Ac.Id, 11(1), 1–14.

https://repository.unipasby.ac.id/id/eprint/261/3/3. BAB I.pdf

[3] Elsa, Wandani, H. et al. (2022). STUDI KELAYAKAN FINANSIAL USAHA PUDING LAMOTA : PENDEKATAN NET PRESENT VALUE DAN. 276–283.

[4] Fadila, J. R., Chumaidiyah, E., Pulungan, M. A., & Telkom, U. (2024). Perancangan Bisnis Pembukaan Cabang Baru Pada CV . KMB Ditinjau Dari Aspek Pasar , Aspek Teknis , Dan Aspek Finansial. 4, 168–182.

[5] Hapsawati Taan, Bakry, M. S. (2024). STUDI KELAYAKAN BISNIS (Paul Eduard Sudjiman (ed.); Edisi Pert). TAHTA MEDIA GROUP.

[6] Imelia Santoso. (2025). 10 Metode Penilaian Investasi Terbaik. https://blog.hsb.co.id/pengetahuan-keuangan/metode-penilaian-investasi-terbaik/

[7] Kasmir, J. (2017). STUDI KELAYAKAN BISNIS (Edisi Revi). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

[8] Lestari, N. D., Suryana, I. N., & Aryani, I. S. (2020). ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN TOKO ONLINE DAN KONVEKSI BAJU MUSLIM ANAK MITRA FAMILY FEASIBILITY STUDY FOR ESTABLISHMENT ONLINE STORE AND CONVECTION. 7(2), 5135–5142.

[9] Michella, S., Patrice, W., Metty, F., Wijaya, A., & Yukianti, R. (2023). Business Feasibility Study Analysis of The Pianeta Ice Cream Dessert Business. 1(1), 249–259.

[10] Nasrullah, N. (2023). Study Kelayakan Bisnis Pada Art Production (Perusahaan Jasa Konveksi). 3, 28–42. http://repository.nobel.ac.id/id/eprint/864/1/NASRULLAH.pdf

[11] Putri Ayu Wulandari, et al. (2022). ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA RDA HIJAB DENGAN PENJUALAN SECARA ONLINE DAN OFFLINE. Jurnal Mitra Manajemen, 5(10), 718–735. http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509

[12] Putu Elita Ratna Sari, S. J. (2022). Business Plan Clothing Business “The X Aksha” in Bali. Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI), 5(1), 1–10. https://doi.org/10.36782/jemi.v5i1.2256

[13] Ramawati, Y. (2022). Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Dan Rancangan Business Model Canvas Pakaian Seragam Harian Merk D’Capoenk. Prosiding Working Papers Series In Management, 14(2), 422–442. https://doi.org/10.25170/wpm.v14i2.4175

[14] Sa’adah, L., & Indahsari, E. N. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Pada Cv. Fizzul Putra Mandiri Kabupaten Jombang. JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 5(2), 138–153. https://doi.org/10.30737/jimek.v5i2.3215

[15] Schatzi Hawa Eza Leilluna. (2025). FEASIBILITY ANALYSIS OF ROSTER BUSINESS

DEVELOPMENT REVIEWED FROM THE MARKET AND MARKETING ASPECT TECHNICAL AND FINANCIAL ASPECTS AT CV. CENTRAL ROSTER LOSTER OF SEMARANG.

[16] Sugianto, L. O., & Riawan, U. P. (2017). Studi kelayakan bisnis (Edisi Pert).

[17] Wijaya, S. M., Yukianti, C. R., Johan, L., & Wijaya, A. (2023). BUSINESS FEASIBILITY STUDY ON THE DEVELOPMENT OF THE LOCAL FASHION INDUSTRY THROUGH TECHNOLOGY INNOVATION USING KITA LOKAL. 1(2), 745–757.

[18] Zahrotun, B., & Fatmawati, W. (2025). Analisis Kelayakan Usaha Produk Panel Rumah Unggul Sistem Panel Instan (RUSPIN) Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran. 4(1), 36–40.