

ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN KONVEKSI PAKAIAN *BRAND* FESYEN “KUGLE”

LAPORAN TUGAS AKHIR

LAPORAN INI DISUSUN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA (S1) PADA PROGRAM STUDI
TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG



DISUSUN OLEH:

**M ALDI GOFARIZKIA
NIM. 31602100036**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

FINAL PROJECT

***FEASIBILITY ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE
FASHION BRAND “KUGLE” CLOTHING MANUFACTURING***

***THIS REPORT IS PREPARED TO FULFILL ONE OF THE REQUIREMENTS
FOR OBTAINING A BACHELOR'S DEGREE (S1) IN THE INDUSTRIAL
ENGINEERING STUDY PROGRAM FACULTY OF INDUSTRIAL
TECHNOLOGY SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY SEMARANG***



COMPILED BY:

M ALDI GOFARIZKIA

NIM. 31602100036

***INDUSTRIAL ENGINEERING STUDY PROGRAM
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY
SEMARANG***

2025

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul **ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN KONVEKSI PAKAIAN BRAND FESYEN "KUGLE"**.
disusun oleh:

Nama : M Aldi Gofarizkia

NIM : 31602100036

Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing

Ir. Eli Mas'idah, MT

NIDN. 0615066601

جامعة سلطان أبجوع الإسلامية

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri


Wiwiek Fatmawati, ST., M Eng
NIDN. 210.600.021

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul **ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN KONVEKSI PAKAIAN *BRAND* FESYEN “KUGLE”**.

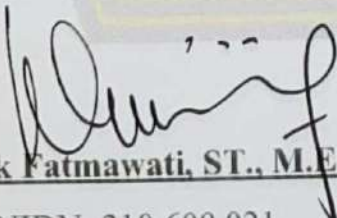
ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada:

Hari :

Tanggal :

Anggota I

Anggota II


Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng

NIDN. 210.600.021


Dana Prianjani, ST., MT

NIDN. 06.2601.9302

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Aldi Gofarizkia

NIM : 31602100036

Judul Tugas Akhir : ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN
KONVEKSI PAKAIAN *BRAND* FESYEN “KUGLE”

Dengan ini saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis maupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila dalam kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang,2025

Yang Menyatakan



M Aldi Gofarizkia

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Aldi Gofarizkia
NIM : 31602100036
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul:
**ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN KONVEKSI PAKAIAN
BRAND FESYEN "KUGLE".**

Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dan pangkalan data dan dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang,2025

Yang Menyatakan



M Aldi Gofarizkia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, kesehatan, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Tugas akhir dengan judul Analisis Kelayakan Pengembangan Konveksi Pakaian “Kugle” Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Finansial, Aspek Hukum, Aspek Lingkungan, Dan Aspek Manajemen saya persembahkan dengan tulus kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan semangat tanpa henti. Setiap pencapaian yang diraih dalam pendidikan ini tidak terlepas dari doa dan pengorbanan mereka.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada diri sendiri, karena telah bertahan, berusaha, dan bekerja keras dalam menghadapi setiap tantangan hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini tepat waktu. Saya menyadari bahwa setiap langkah, pengorbanan, serta pengalaman selama proses ini merupakan bagian berharga dari perjalanan hidup.

Harapan saya, semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat maupun industri, serta menjadi kebanggaan bagi keluarga. Apa yang telah dipelajari dan dihasilkan semoga bermanfaat serta menjadi pijakan awal untuk meraih cita-cita yang lebih tinggi di masa mendatang.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan. Semoga perjalanan ini bukanlah akhir, melainkan awal dari kesuksesan yang lebih besar.

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada yang tidak mungkin selama masih dibawah matahari” dan
“Keberuntungan akan selalu berpihak kepada yang berani”

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al Insyirah: 5-6)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Dengan izin-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Analisis Kelayakan Pengembangan Konveksi Pakaian *Brand* Fesyen “Kugle”. Sholawat serta salam senantiasa saya curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umatnya.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Sultan Agung pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri. Saya menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya selama proses menuntut ilmu dan pendidikan sehingga dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua saya serta keluarga saya yang merupakan pihak paling berjasa dalam hidup saya serta menjadi panutan dan motivasi dalam hidup dan telah memberikan do'a dan dukungan tiada henti dalam kehidupan saya.
3. Ibu Dr. Ir. Novi Marlyana, ST., MT., IPU., ASEAN.Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung.
4. Ibu Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung.
5. Dosen Pembimbing, Ibu Ir. Eli Mas'idah M.T., yang telah membimbing saya dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir.
6. Dosen Penguji 1, Ibu Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng., yang telah memberikan arahan, kritik, maupun saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Dosen Penguji 2, Ibu Dana Prinjani, ST., MT., yang telah memberikan arahan, kritik, maupun saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
8. Dosen dan laboran program studi Teknik Industri Unissula yang telah memberikan ilmu selama menjalani masa perkuliahan.

9. Pihak Kugle yang telah mengizinkan dan membantu saya dalam melakukan penelitian tugas akhir.
10. Seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Kotrun Nada yang selalu memberikan semangat, selalu mendengarkan keluh kesah saya, selalu memberi saran, dan menemani saya dalam kondisi apapun.
11. Teman-teman saya yang selalu kebersamai ketika berada dibangku perkuliahan
12. Teman-teman Teknik Industri Angkatan 2021, yang telah menemani dalam proses perkuliahan.
13. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir yang tidak dapat disebut satu persatu.
14. Teruntuk diri saya, M Aldi Gofarizkia yang telah berjuang dan berproses dalam menjalani hidup, dan tidak pantang menyerah dalam menyelesaikan segala cobaan, dan dapat menjadi pribadi yang kuat dalam segala kondisi. Semoga selalu diberi kemudahan dan diberkahi oleh Allah SWT dalam setiap langkah, dan sukses di masa yang akan datang.



DAFTAR ISI

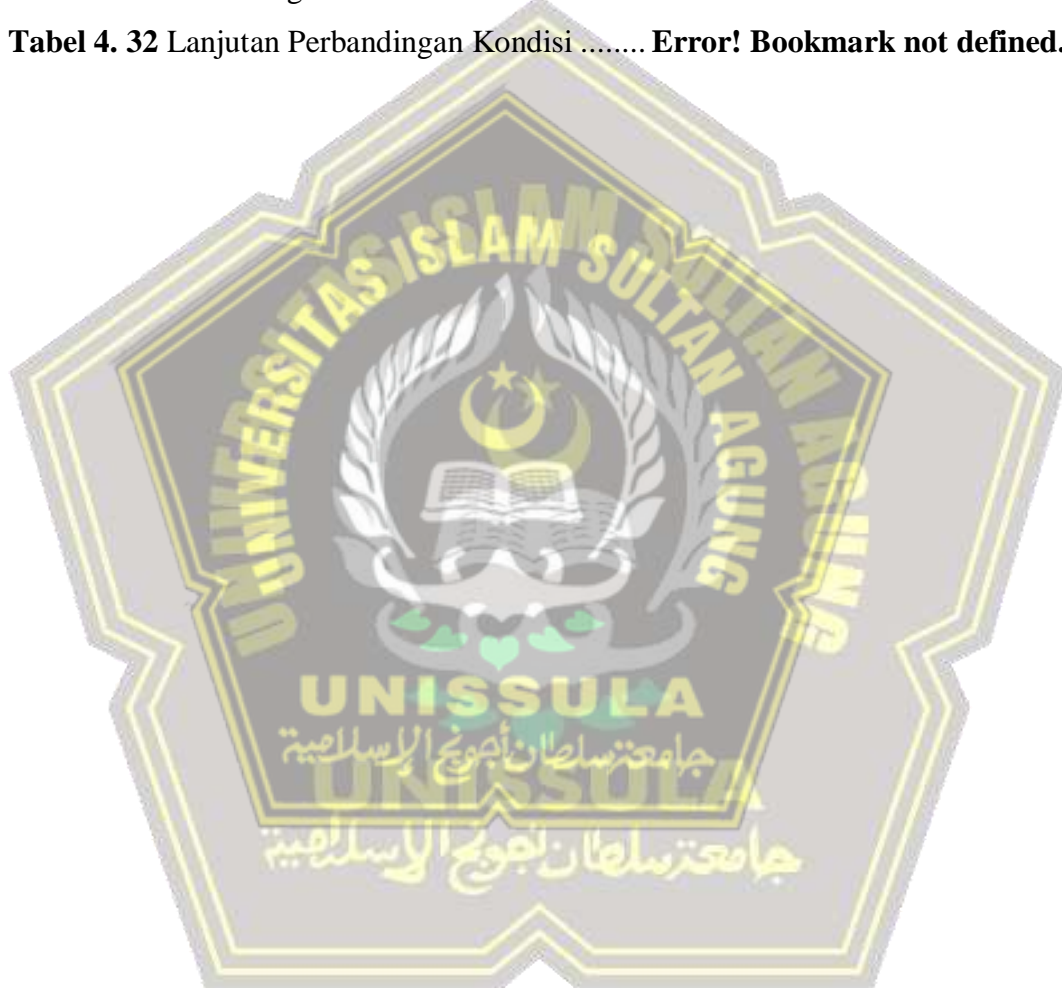
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
<i>FINAL PROJECT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	vix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan	7
1.5 Manfaat	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan pustaka.....	9
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Definisi Konveksi.....	21
2.2.2 Studi Kelayakan.....	21
2.2.3 Manfaat Studi Kelayakan.....	21
2.2.4 Tujuan Studi Kelayakan.....	23

2.2.5	Tahapan Studi Kelayakan	24
2.2.6	Aspek-Aspek Studi Kelayakan.....	26
2.3	Hipotesis dan Kerangka Teoritis	30
2.3.1	Hipotesis.....	31
2.3.2	Kerangka Teoritis	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Pengumpulan Data.....	32
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3	Pengujian Hipotesa	34
3.4	Metode Analisis	35
3.5	Pembahasan.....	36
3.6	Penarikan Kesimpulan	37
3.7	Diagram Alir.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Pengumpulan Data.....	36
4.2	Pengolahan Data.....	48
4.2.1	Aspek Pasar	48
4.2.2	Aspek Teknis.....	56
4.2.3	Aspek Finansial	61
4.2.4	Aspek Hukum.....	74
4.2.5	Aspek Lingkungan.....	75
4.2.6	Aspek Manajemen.....	76
4.2.7	Perbandingan Kondisi.....	79
4.3	Analisa dan Interpretasi	81
4.4	Pembuktian Hipotesa	88
BAB V PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

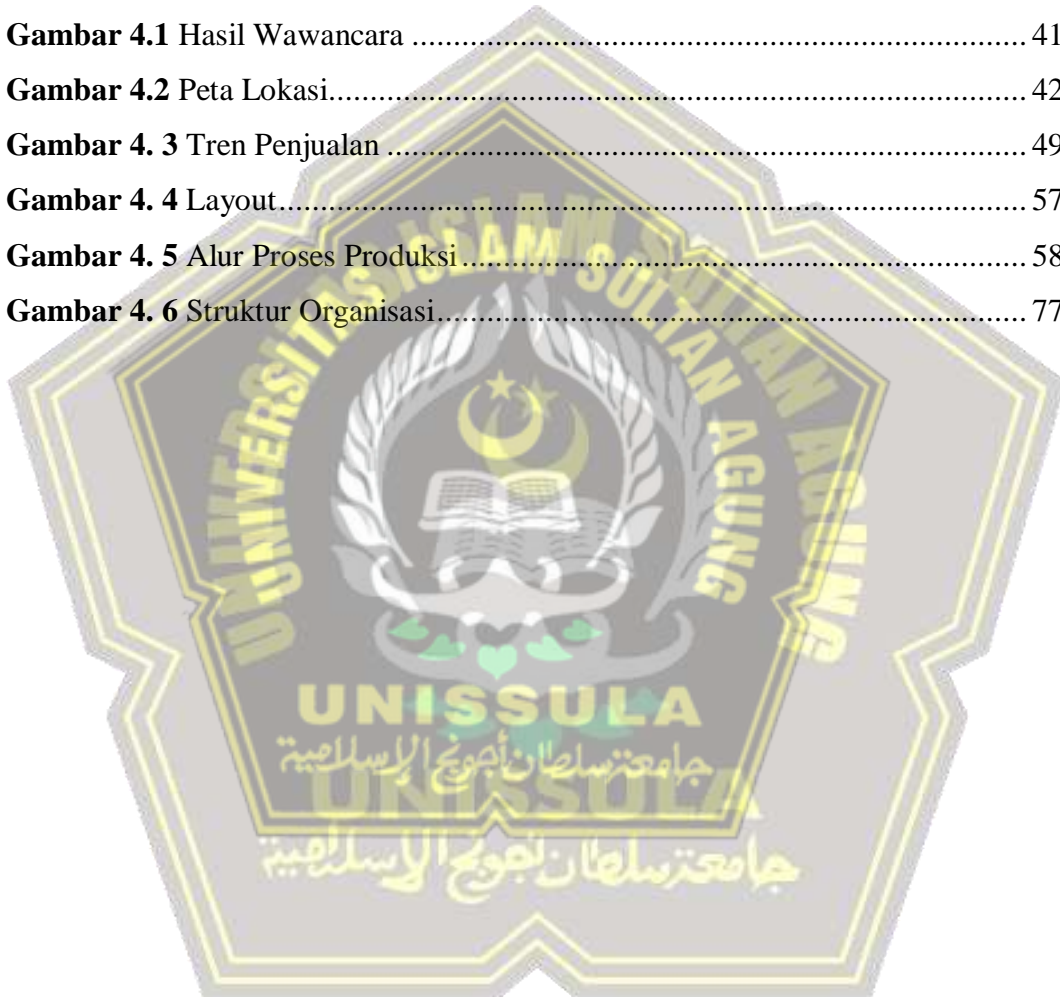
Tabel 1.1 Data Penjualan.....	2
Tabel 1.2 Delay Produksi Vendor A	3
Tabel 1.3 Delay Produksi Vendor B	3
Tabel 1.4 Kenaikan Biaya Produksi.....	4
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
Tabel 4.1 Data Penjualan.....	36
Tabel 4.2 Harga Jual Produk	40
Tabel 4.3 Jumlah Produksi	43
Tabel 4.4 Kebutuhan Alat Produksi	44
Tabel 4.5 Margin Keuntungan	46
Tabel 4.6 Biaya Operasional.....	46
Tabel 4.7 Biaya Investasi Awal	46
Tabel 4.8 Potensi Limbah.....	48
Tabel 4.9 Nilai MSE, MAD, MAPE Pada Penjualan Produk	49
Tabel 4.10 Hasil Peramalan Penjualan.....	50
Tabel 4.11 Segmentation Demografis	51
Tabel 4.12 Segmentation Geografis	51
Tabel 4.13 Segmentation Psikografis	52
Tabel 4.14 Segmentation Perilaku	52
Tabel 4.15 Segmentation Positioning.....	53
Tabel 4.16 Product	54
Tabel 4.17 Harga Jual Produk.....	54
Tabel 4.18 Pendapatan Bulanan.....	61
Tabel 4.19 Keuntungan saat ini	62
Tabel 4.20 Estimasi Biaya Modal Kerja	63
Tabel 4.21 Biaya Bahan Baku	63
Tabel 4.22 Rekapitulasi Depresiasi.....	66
Tabel 4.23 Rekapitulasi Nilai Sisa	67
Tabel 4.24 Metode Net Present Value	73

Tabel 4.25 Metode Internal Rate of Return	73
Tabel 4.26 Metode Payback Period	73
Tabel 4.27 Analisis Aspek Hukum	75
Tabel 4.28 Strategi Pengelolaan Limbah.....	76
Tabel 4.29 Analisis Aspek Manajerial	77
Tabel 4.30 Fungsi Manajerial	78
Tabel 4.31 Perbandingan Kondisi	79
Tabel 4. 32 Lanjutan Perbandingan Kondisi	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Katalog “Kugle” Store.....	2
Gambar 1.2 Tren Penjualan	3
Gambar 1.3 Cacat Produk.....	4
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Teoritis	30
Gambar 3.1 Diagram alir penelitian.....	38
Gambar 4.1 Hasil Wawancara	41
Gambar 4.2 Peta Lokasi.....	42
Gambar 4. 3 Tren Penjualan	49
Gambar 4. 4 Layout.....	57
Gambar 4. 5 Alur Proses Produksi.....	58
Gambar 4. 6 Struktur Organisasi.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Makalah Tugas Akhir

Lampiran 2 Hasil Turn It In

Lampiran 3 Log Book Bimbingan

Lampiran 4 Lembar Revisi



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

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.

Keywords : Aspect market, technical, financial, legal, environmental, and management.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut D Hidayat, (2021) konveksi adalah bentuk bisnis di bidang produksi pakaian yang dibuat dalam ukuran standar, seperti S, M, L, XL tanpa adaptasi individu dengan pelanggan. Produk yang diproduksi dalam industri ini dikenal dalam bahasa Inggris sebagai *ready to wear* atau sebagai *pret a porter* dalam bahasa Prancis. Sebagai bagian dari industri pakaian, konveksi melibatkan sejumlah besar proses produksi untuk berbagai jenis pakaian dan kebutuhan pakaian lainnya. Mengingat fakta bahwa pakaian bersama dengan makanan dan papan adalah salah satu kebutuhan utama manusia, keberadaan industri konveksi memainkan peran penting dalam kebutuhan dasar yang efisien dan terjangkau.

“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”.

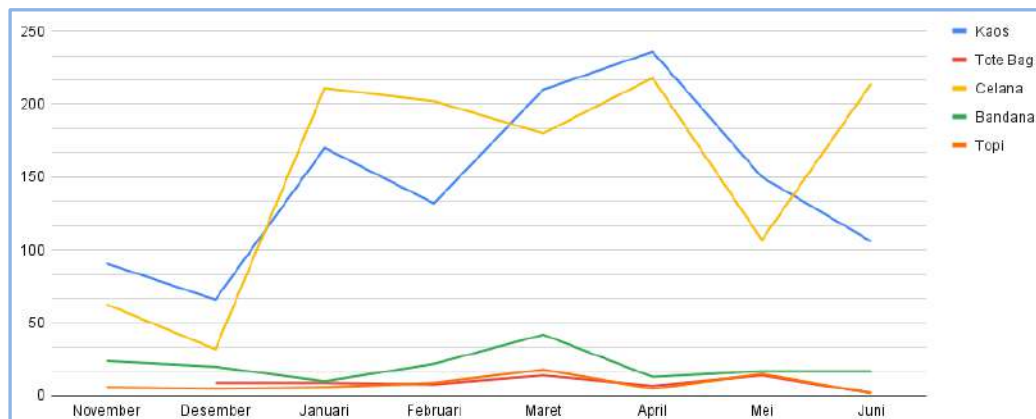


Gambar 1.1 Katalog “Kugle” Store

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 1.1 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
Jumlah	1161	63	1227	190	66
Rata-rata	145	9	153	23	8



Gambar 1.2 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 aksesoris fesyen.

Tabel 1.2 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 1.3 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 1.3 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 1.4 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, menurut Lestari et al., (2020) 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.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kelayakan pada pengembangan usaha konveksi pakaian kaos dan celana *brand* fesyen “Kugle” ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen ?
2. Bagaimana solusi yang tepat dalam pengembangan pendirian konveksi pakaian “Kugle” agar dapat mengurangi ketergantungan pada vendor pihak ketiga dan meningkatkan kendali terhadap kualitas serta ketepatan waktu produksi ?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian dan menghindari pengkajian yang terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut.

1. Analisis hanya difokuskan pada kelayakan pengembangan fasilitas produksi (konveksi) pakaian kaos dan celana *brand* fesyen “Kugle”, yang ditinjau dari enam aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen.
2. Data yang digunakan dalam penelitian dibatasi pada informasi operasional dan keuangan “Kugle” selama satu tahun terakhir, atau sesuai dengan data aktual yang tersedia.

3. Sumber data diperoleh melalui metode observasi dan wawancara kepada pihak internal perusahaan yang relevan dengan topik penelitian.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kelayakan pada pengembangan usaha konveksi pakaian kaos dan celana *brand* fesyen “Kugle” berdasarkan Aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen.
2. Untuk merumuskan solusi pengembangan pendirian konveksi pakaian “Kugle” yang mampu mengurangi ketergantungan pada vendor pihak ketiga, sehingga perusahaan memiliki kendali lebih baik terhadap kualitas produk, ketepatan waktu produksi, serta efisiensi biaya operasional.

1.5 Manfaat

Penelitian ini memberikan manfaat bagi mahasiswa sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari, terutama dalam bidang studi kelayakan dan pengkajian usaha, sekaligus memenuhi salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program sarjana Teknik Industri. Bagi universitas, penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam penguatan referensi ilmiah serta mendukung pengembangan kurikulum berbasis penelitian terapan yang relevan dengan kebutuhan industri lokal. Sedangkan bagi *brand* “Kugle”, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan objektif dalam mengambil keputusan strategis terkait pembangunan fasilitas produksi sendiri, serta menyediakan informasi analitis yang mencakup aspek pasar, teknis, finansial, hukum, dan lingkungan, sehingga dapat membantu perusahaan memetakan peluang, risiko, serta arah pengembangan usaha ke depan secara lebih terstruktur dan terukur.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian tugas akhir ini tersusun dengan urut dan jelas maka, akan diuraikan dengan urutan penelitian dengan detail sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang permasalahan yang akan dibahas seperti latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang studi literatur atau penelitian terdahulu dan teori-teori yang terkait dengan konsep maupun prinsip dasar dalam memecahkan permasalahan tugas akhir serta merumuskan hipotesis dengan menggunakan berbagai referensi sebagai landasan pada kegiatan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pengumpulan data, teknik pengumpulan data, pengujian hipotesa, metode analisis, pembahasan, penarikan kesimpulan dan diagram alir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengumpulan data berdasarkan penelitian, pengolahan data, analisa pengolahan data, serta pembuktian hipotesa.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengkajian pemecahan masalah maupun hasil pengumpulan data serta saran-saran perbaikan yang dilakukan berdasarkan pengalaman kesalahan, maupun temuan baru yang belum diteliti, sehingga memungkinkan untuk digunakan pada penelitian berikutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan pustaka

Pada tinjauan pustaka ini berisi tentang tinjauan penelitian dari peneliti yang sudah ada sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

Permintaan jasa konveksi pada usaha *art clothing production* meningkat, untuk menjawab peluang ini diperlukan pengkajian kelayakan agar pengembangan usaha dapat dilakukan secara tepat dan berkelanjutan. Tanpa kajian mendalam, pengembangan bisa berisiko dari sisi finansial maupun operasional. Penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah, (2023) bertujuan untuk menganalisis 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.

Persaingan ketat dalam industri fashion mendorong perlunya inovasi model bisnis. D'Capoenk ingin menyesuaikan strategi dengan kebutuhan pasar serta mengetahui kelayakan finansial dalam menjalankan usaha berbasis Business Model Canvas. Penelitian yang dilakukan 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 pengkajian 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.

Munculnya tren pakaian kasual ramah lingkungan membuka peluang bisnis baru. Penelitian ini penting untuk mengetahui apakah bisnis fashion dengan pendekatan digital dan desain lokal layak secara pasar dan finansial, terutama pasca pandemi. 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.

RDA Hijab mengalami kendala dalam manajemen stok, pemasaran online, dan distribusi. Keinginan membuka toko fisik perlu dikaji melalui studi kelayakan agar pengembangan tidak menimbulkan kerugian dan bisa sesuai dengan potensi

pasar yang ada. 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 pengkajian 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%.

CV. Fizzul Putra Mandiri mengalami pertumbuhan permintaan, namun belum ada evaluasi menyeluruh terhadap kelayakan ekspansi usaha. Tanpa pengkajian, pengembangan berisiko dari sisi manajemen, hukum, hingga keberlanjutan sosial. 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 pengkajian 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 pengkajian kelayakan usaha ditinjau dari kedua aspek tersebut, CV. Fizzul Putra Mandiri layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Mitra Family masih bergantung pada vendor untuk proses produksinya, yang menyebabkan keterlambatan dan kualitas tidak konsisten. Untuk meningkatkan kendali dan efisiensi, perusahaan ingin membangun sistem produksi sendiri. Studi kelayakan dibutuhkan untuk memastikan investasi ini layak. 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 pengkajian 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.

Kebutuhan masyarakat terhadap rumah yang cepat dibangun, terjangkau, dan tahan gempa menjadi tantangan sekaligus peluang dalam sektor perumahan di Indonesia. Menjawab kebutuhan tersebut, RUSPIN (Rumah Unggul Sistem Panel

Instan) hadir sebagai inovasi teknologi dalam konstruksi bangunan. Namun, rendahnya pemahaman masyarakat terhadap keunggulan sistem ini menyebabkan pemanfaatannya belum optimal, termasuk dalam program-program bantuan bencana. 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.

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 estetik, 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.

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.

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.

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Nasrullah, (2023)	Ezenza Journal. Volume 3 Nomor 1 Juni 2024 Hal. 28-42 E-ISSN : 2986- 6960	Study Kelayakan Bisnis Pada Art Production (Perusahaan Jasa Konveksi)	Permintaan jasa konveksi pada usaha <i>art clothing production</i> meningkat, untuk menjawab peluang ini diperlukan analisis kelayakan agar pengembangan usaha dapat dilakukan secara tepat dan berkelanjutan. Tanpa kajian mendalam, pengembangan bisa berisiko dari sisi finansial maupun operasional.	Analisis kelayakan pada aspek finansial, hukum, manajemen dan organisasi, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, sosial dan ekonomi.	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.
2	Ramawati, (2022)	<i>Journal Prosiding Working Papers Series In Management</i> (2022) Volume 14, Issue 2, Pages 422-442	Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Dan Rancangan Business Model Canvas Pakaian Seragam Harian Merk D'Capoenk	Persaingan ketat dalam industri fashion mendorong perlunya inovasi model bisnis. D'Capoenk ingin menyesuaikan strategi dengan kebutuhan pasar serta mengetahui kelayakan finansial dalam menjalankan usaha berbasis Business Model Canvas.	Analisis kelayakan finansial.	Nilai NPV > 0 yaitu 708.606.303 sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis seragam harian merek D'capoenk layak untuk dijalankan.

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
3	Putu Elita Ratna Sari, (2022)	Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI) Vol. 5, No. 1, pp.1-10, ISSN : 2620-777X (2022)	Business Plan Clothing Business “The X Aksha” in Bali	Munculnya tren pakaian kasual ramah lingkungan membuka peluang bisnis baru. Penelitian ini penting untuk mengetahui apakah bisnis fashion dengan pendekatan digital dan desain lokal layak secara pasar dan finansial, terutama pasca pandemi.	Analisis SWOT, studi kelayakan pada seluruh aspek kelangsungan usaha bisnis pakaian “The X Aksha”.	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.
4	Putri Ayu Wulandari, (2022)	Jurnal Mitra Manajemen, Vol. 3, No. 8, 859-872, ISSN : 2614-0365, e-ISSN : 2599-0587X http://ejurnalmitra.manajemen.com	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha RDA Hijab Dengan Penjualan Secara Online Dan Offline	RDA Hijab mengalami kendala dalam manajemen stok, pemasaran online, dan distribusi. Keinginan membuka toko fisik perlu dikaji melalui studi kelayakan agar pengembangan tidak menimbulkan kerugian dan bisa sesuai dengan potensi pasar yang ada.	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%.

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
5	Sa'adah & Indahsari, (2022)	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Volume 5 Nomor 2 Tahun 2022. ISSN : 2621-2374	Analisis Kelayakan Usaha Pada CV. Fizzul Putra Mandiri Kabupaten Jombang	CV. Fizzul Putra Mandiri mengalami pertumbuhan permintaan, namun belum ada evaluasi menyeluruh terhadap kelayakan ekspansi usaha. Tanpa analisis, pengembangan berisiko dari sisi manajemen, hukum, hingga keberlanjutan sosial.	Aspek finansial, dan aspek non finansial	Hasil aspek hukum menunjukkan kepemilikan legalitas usaha lengkap, aspek pemasaran menunjukkan pemenuhan unsur kelayakan dalam marketing mix 4P (<i>product, price, promotion, place</i>), 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.

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
6	Lestari et al., (2020)	Journal e-Proceeding of Engineering : Vol.7, No.2 Agustus 2020. ISSN : 2355-9365	Analisis Kelayakan Pendirian Toko Online Dan Konveksi Baju Muslim Anak Mitra Family	Mitra Family masih bergantung pada vendor untuk proses produksinya, yang menyebabkan keterlambatan dan kualitas tidak konsisten. Untuk meningkatkan kendali dan efisiensi, perusahaan ingin membangun sistem produksi sendiri. Studi kelayakan dibutuhkan untuk memastikan investasi ini layak.	Analisis kelayakan untuk menentukan layak atau tidaknya pendirian toko online dan konveksi tersebut dijalankan berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.	Hasil 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.
7	Zahrotun, Fatmawati (2025)	Jurnal Teknik Industri (JURTI) Vol. 4, No. 1, Bulan Juni tahun 2025, pp. 36 – 40 ISSN: 2089-7561	Analisis Kelayakan Usaha Produk Panel Rumah Unggul Sistem Panel Instan (RUSPIN) Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran	NS RUSPIN fokus pada produksi panel Rumah Unggul Sistem Panel Instan atau yang biasa dikenal dengan RUSPIN. Jika dilihat dari segi pasar dan pemasaran, usaha ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat dan belum memiliki persaingan pasar yang ketat. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis kelayakan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran untuk meninjau kelayakan usaha tersebut.	Analisis aspek pasar dan pemasaran	Hasil penelitian menunjukkan pada aspek pasar dapat dikatakan layak karena mampu menargetkan segmen dengan tepat, mengukur permintaan, serta menetapkan posisi produk yang jelas. Harga yang sebanding dengan kualitas melalui inspeksi, lokasi strategis, dan promosi yang luas semakin mendukung prospek usahanya. Dengan harga kompetitif, kualitas terjamin, dan strategi pemasaran yang efektif, NS RUSPIN berpotensi memenuhi permintaan pasar dan berkembang.

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
8	Michella et al., (2023)	International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB). Volume 1, Issue 1, 2023. ISSN: 2987-1972.	<i>Business Feasibility Study Analysis of The Pianeta Ice Cream Dessert Business</i>	Pianeta Gelato menghadapi tantangan persaingan ketat, inovasi produk dan desain, promosi digital, serta logistik untuk menjaga kualitas produk. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kelayakan pendirian toko gelato yang inovatif, mengidentifikasi peluang pasar, strategi pemasaran, dan kebutuhan operasional.	Arus kas, ROI, NPV, IRR.	Pianeta Gelato menargetkan milenial 21-41 tahun dan memanfaatkan teknologi modern untuk pelayanan cepat. Secara finansial, bisnis ini memiliki IRR 62,85%, payback period 1,4 tahun, dan NPV IDR 174.646.865, menunjukkan potensi sukses di pasar Indonesia dengan strategi dan sangat inovatif untuk dilakukan.
9	Wijaya et al., (2023)	International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB). Volume 1, Issue 2, 2023. ISSN: 2987-1972	<i>Business Feasibility Study on Development of The Local Fashion Industry Through Technology Innovation Using Kita Lokal</i>	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 fesyen berkelanjutan.	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 fesyen lokal. Aplikasi ini juga membantu mengubah persepsi masyarakat, menjadikan produk lokal kompetitif dengan merek internasional.

No	Penulis	Sumber	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
10	Fadila et al., (2024)	Jurnal Ilmu Multidisiplin, Jayapangus Press. Volume 4 Nomor 1 (2024) ISSN : 2798-7329	Perancangan Bisnis Pembukaan Cabang Baru Pada CV. KMB Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial.	CV. KMB mengalami fluktuasi pendapatan yang disebabkan oleh kurangnya ruang penyimpanan dan display, sehingga tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kelayakan ekspansi dengan membuka cabang baru di lokasi yang memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Tujuan penelitian ini merupakan untuk mengevaluasi kelayakan pembukaan cabang baru di lokasi dengan potensi pasar yang lebih baik.	NPV (<i>Net Present Value</i>), IRR (<i>Internal Rate of Return</i>), dan PP (<i>Payback Period</i>)	Hasil analisis menunjukkan NPV sebesar IDR 8.110.680.197, IRR 35,88%, dan PBP 3,65 tahun, yang mengindikasikan bahwa pembukaan cabang baru KMB dianggap layak untuk dilaksanakan.

2.2 Landasan Teori

Berikut ini adalah dasar pemikiran teoritis dari penelitian tugas akhir penulis yang dilakukan di toko pakaian “Kugle”.

2.2.1 Definisi Konveksi

Konveksi adalah bentuk bisnis di bidang produksi pakaian yang dibuat dalam ukuran standar, seperti S, M, L, XL tanpa adaptasi individu dengan pelanggan. Produk yang diproduksi dalam industri ini dikenal dalam bahasa Inggris sebagai *ready to wear* atau sebagai *pret a porter* dalam bahasa Prancis. Sebagai bagian dari industri pakaian, konveksi melibatkan sejumlah besar proses produksi untuk berbagai jenis pakaian dan kebutuhan pakaian lainnya. Mengingat fakta bahwa pakaian bersama dengan makanan dan papan adalah salah satu kebutuhan utama manusia, keberadaan industri konveksi memainkan peran penting dalam kebutuhan dasar yang efisien dan terjangkau (D Hidayat, 2021).

2.2.2 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.

2.2.3 Manfaat Studi Kelayakan

Hasil dari studi kelayakan bisnis berupa laporan tertulis yang berisi evaluasi mengenai kelayakan suatu rencana usaha untuk direalisasikan. Selain itu, laporan ini juga bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai bahan pertimbangan dan pedoman dalam meninjau kembali keputusan mereka, baik untuk menyetujui maupun menolak kelayakan rencana tersebut sesuai dengan kepentingan masing-masing. Dalam beberapa kasus, meskipun sebuah rencana bisnis dinyatakan layak,

realisasinya tetap bisa terhambat jika keputusan akhir ditolak akibat adanya tekanan dari pihak lain yang merasa kepentingannya tidak terpenuhi (Schatzi Hawa Eza Leilluna, 2025). Berikut adalah pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis yaitu :

a. Pihak Investor

Pendanaan proyek perusahaan dapat terpenuhi jika hasil studi kelayakan yang disusun menunjukkan bahwa proyek tersebut layak untuk direalisasikan. Sebagai contoh, calon investor yang berniat menanamkan modalnya akan terlebih dahulu menganalisis laporan studi kelayakan bisnis. Hal ini dikarenakan investor memiliki kepentingan langsung terhadap potensi keuntungan yang dapat diperoleh serta jaminan keamanan atas modal yang mereka investasikan.

b. Pihak Kreditor

Pendanaan proyek perusahaan dapat berasal dari pinjaman bank, namun pemberian pinjaman tersebut bergantung pada berbagai faktor. Bank akan menilai kelayakan bisnis dengan meninjau kembali studi kelayakan yang telah dibuat, menilai reputasi perusahaan, mengidentifikasi aset yang dimiliki, serta mengevaluasi jaminan yang diajukan sebelum memutuskan untuk menyetujui atau menolak pinjaman.

c. Pihak Manajemen Perusahaan.

Laporan studi kelayakan bisnis dapat disusun oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan. Untuk merealisasikan ide proyek, diperlukan pembuatan proposal yang bertujuan meningkatkan usaha serta laba perusahaan. Sebagai bagian dari langkah manajemen, perusahaan perlu meninjau kembali studi kelayakan, khususnya dalam aspek pendanaan, termasuk alokasi modal sendiri, serta rencana pendanaan yang melibatkan investor dan kreditor.

d. Pihak Pemerintah dan Masyarakat.

Kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung, berpengaruh terhadap penyusunan studi kelayakan bisnis. Misalnya, dalam sektor ekonomi, pemerintah dapat menerapkan kebijakan penghematan devisa, mendorong ekspor nonmigas, serta meningkatkan penggunaan tenaga kerja dalam jumlah besar. Proyek bisnis yang sejalan dengan kebijakan

pemerintah sering kali mendapatkan prioritas dukungan, seperti pemberian subsidi untuk mendorong realisasinya.

e. Bagi Tujuan Pembangunan Ekonomi.

Dalam menyusun studi kelayakan bisnis, penting untuk mempertimbangkan kondisi perekonomian nasional yang berperan dalam pembangunan negara dengan menganalisis manfaat yang diperoleh serta biaya yang dikeluarkan. Analisis manfaat dan biaya ini dilakukan dengan merujuk pada Rencana Pembangunan Nasional, distribusi nilai tambah bagi masyarakat, nilai investasi per tenaga kerja, dampak sosial, serta evaluasi manfaat dan beban sosial yang ditimbulkan.

2.2.4 Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dari analisis kelayakan usaha adalah untuk menghindari resiko kegagalan bisnis. Menurut Kasmir, (2017) terdapat lima tujuan yang diharapkan dapat tercapai dalam melakukan analisis kelayakan bisnis yaitu :

1. Menghindari Risiko Kerugian

Situasi dan kondisi di masa depan tidak dapat dipastikan, analisis kelayakan bisnis menjadi penting untuk mengurangi risiko, baik yang dapat dikendalikan maupun yang berada di luar kendali.

2. Mempermudah Perencanaan

Analisis kelayakan bisnis berfungsi untuk memproyeksikan kondisi di masa depan, sehingga dapat membantu dalam perencanaan bisnis untuk usaha yang akan dijalankan.

3. Mempermudah Pelaksanaan Pekerjaan

Perencanaan yang telah disusun membantu pelaksanaan berjalan secara sistematis dan teratur sesuai dengan pedoman, sehingga tujuan bisnis dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

4. Memudahkan Pengawasan

Pengawasan bisnis menjadi lebih mudah dilakukan karena pelaksanaan telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Pengawasan ini berfungsi untuk memastikan jalannya bisnis atau usaha tetap sejalan dengan perencanaan yang telah dirancang.

5. Memudahkan Pengendalian

Pengendalian berperan dalam memeriksa apakah terdapat penyimpangan dari rencana bisnis yang telah ditetapkan. Jika terjadi penyimpangan, maka dapat segera dikendalikan dan diperbaiki dengan lebih mudah.

2.2.5 Tahapan Studi Kelayakan

Dalam menjalankan studi kelayakan bisnis, terdapat tahapan tahapan secara umum yang harus dikerjakan meliputi (Schatzi Hawa Eza Leilluna, 2025) :

a. Penemuan Ide.

Produk yang dihasilkan harus memiliki daya jual tinggi dan memberikan keuntungan, sehingga diperlukan riset untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi serta jenis produk yang masih langka. Selain itu, perusahaan dapat menggantikan produk lama dengan produk baru yang memiliki nilai tambah. Hasil riset yang diharapkan adalah pemahaman mengenai kebutuhan pasar agar produk yang ditawarkan dapat terjual dengan baik dalam jangka panjang. Dengan memahami kebutuhan pasar, perusahaan dapat menemukan ide-ide proyek baru yang kemudian dianalisis secara mendalam melalui penelitian yang matang serta sumber daya yang memadai. Jika terdapat beberapa ide proyek yang muncul, pengambil keputusan akan memilih dengan mempertimbangkan tiga faktor utama. Pertama, kesesuaian ide proyek dengan intuisi dan keyakinannya. Kedua, relevansi ide dengan aspek teknis. Ketiga, keyakinan bahwa proyek tersebut dapat memberikan keuntungan. Sebagai contoh, seorang pebisnis yang ingin menjalankan usaha di bidang pengadaan barang untuk instansi pemerintah dapat mempertimbangkan berbagai opsi, seperti pengadaan beras bantuan, bahan bangunan, atau interior. Dalam hal ini, pengambil keputusan harus melakukan kajian lebih lanjut untuk menentukan ide proyek yang paling sesuai dan berpotensi menguntungkan.

b. Tahap Penelitian.

Setelah ide proyek dipilih, langkah selanjutnya adalah melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan menggunakan metode ilmiah. Proses penelitian ini mencakup beberapa tahapan, yaitu mengumpulkan data, mengolah data

berdasarkan teori yang relevan, menganalisis serta menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat analisis yang sesuai, kemudian menyusun kesimpulan, dan akhirnya membuat laporan hasil penelitian. Sebagai contoh, dari tiga ide proyek yang telah dipertimbangkan sebelumnya, dilakukan kajian secara menyeluruh untuk memperoleh data yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi guna menilai kelayakan masing-masing ide proyek tersebut.

c. Tahap Evaluasi.

Terdapat tiga jenis evaluasi dalam bisnis. Pertama, evaluasi terhadap usulan proyek yang akan dijalankan. Kedua, evaluasi proyek yang sedang dalam tahap pembangunan. Ketiga, evaluasi terhadap bisnis proyek yang sudah beroperasi secara rutin. Ketiga jenis evaluasi ini bertujuan untuk membandingkan suatu aspek dengan satu atau lebih standar yang dapat bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Dalam evaluasi bisnis, aspek yang dibandingkan meliputi biaya yang dikeluarkan untuk usulan proyek serta manfaat yang diharapkan.

d. Tahap Pengurutan Usulan yang Layak.

Jika beberapa ide proyek dinilai layak tetapi terdapat keterbatasan dalam manajemen untuk merealisasikannya, seperti keterbatasan dana, maka perlu dilakukan seleksi terhadap proyek yang paling diprioritaskan. Pemilihan ini didasarkan pada penilaian tertentu untuk menentukan proyek dengan nilai tertinggi dan potensi terbaik.

e. Tahap Rencana Pelaksanaan.

Setelah ide proyek dipilih untuk direalisasikan, langkah selanjutnya adalah menyusun rencana kerja untuk pelaksanaan proyek. Rencana ini mencakup jenis pekerjaan yang akan dilakukan, durasi waktu yang dibutuhkan, jumlah tenaga kerja yang terlibat, alokasi dana, ketersediaan sumber daya lain, serta kesiapan manajemen dalam mendukung proyek.

f. Tahap Pelaksanaan.

Setelah semua persiapan selesai, langkah berikutnya adalah merealisasikan pembangunan proyek. Setelah proyek selesai, manajemen mulai menjalankan operasional bisnis secara rutin. Dalam proses operasional, diperlukan analisis untuk mengevaluasi berbagai aspek bisnis, termasuk keuangan, pemasaran,

produksi atau operasional, sumber daya manusia, serta kemampuan manajemen dalam mengelola bisnis secara efektif dan efisien guna meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2.2.6 Aspek-Aspek Studi Kelayakan

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.

1. 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 *segmentation, targeting, positioning* dan bauran pemasaran (4P) yang akan dijalankan untuk menangkap peluang pasar yang ada.

a. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Ini adalah proses membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin memerlukan bauran produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Konsumen dapat dikelompokkan dan dilayani dengan berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

b. Membidik Pasar (*Targeting*)

Langkah ini mencakup daya tarik masing-masing segmen pasar dan pemilihan satu atau beberapa segmen untuk dimasuki. Perusahaan harus menargetkan segmen di mana mereka dapat memberikan nilai yang terbesar bagi pelanggan dan mempertahankannya dalam jangka waktu yang cukup lama.

c. Penetapan Posisi di Pasar (*Positioning*)

Ini adalah proses pengaturan agar suatu produk memiliki tempat yang jelas, terbedakan dan diinginkan dalam pikiran konsumen sasaran dibandingkan dengan produk pesaing.

2. 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 :

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

3. 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.

A. Metode *Net Present Value*

Menurut Kasmir, (2017) *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. NPV diperoleh dengan rumus berikut.

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

Keterangan:

t = umur proyek atau tahun kegiatan bisnis.

r = tingkat bunga.

C_t = arus kas bersih pada tahun ke-t.

C₀ = investasi awal

B. Metode *Payback Period*

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.

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

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.

C. *Internal Rate of Return*

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.

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

Keterangan:

i_1 = tingkat diskonto rate yang menghasilkan NPV_1

i_2 = tingkat diskonto rate yang menghasilkan NPV_2

4. **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.

5. Aspek Lingkungan

Masalah lingkungan adalah salah satu elemen 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 pengaruh negatif yang mungkin terjadi. Analisis aspek lingkungan harus dilakukan sebelum proyek dimulai. Dampak yang akan terjadi perlu diidentifikasi dan solusi perlu ditemukan untuk mengatasi dampak tersebut.

6. 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.

2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis

Adapun hipotesis dan kerangka teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.3.1 Hipotesis

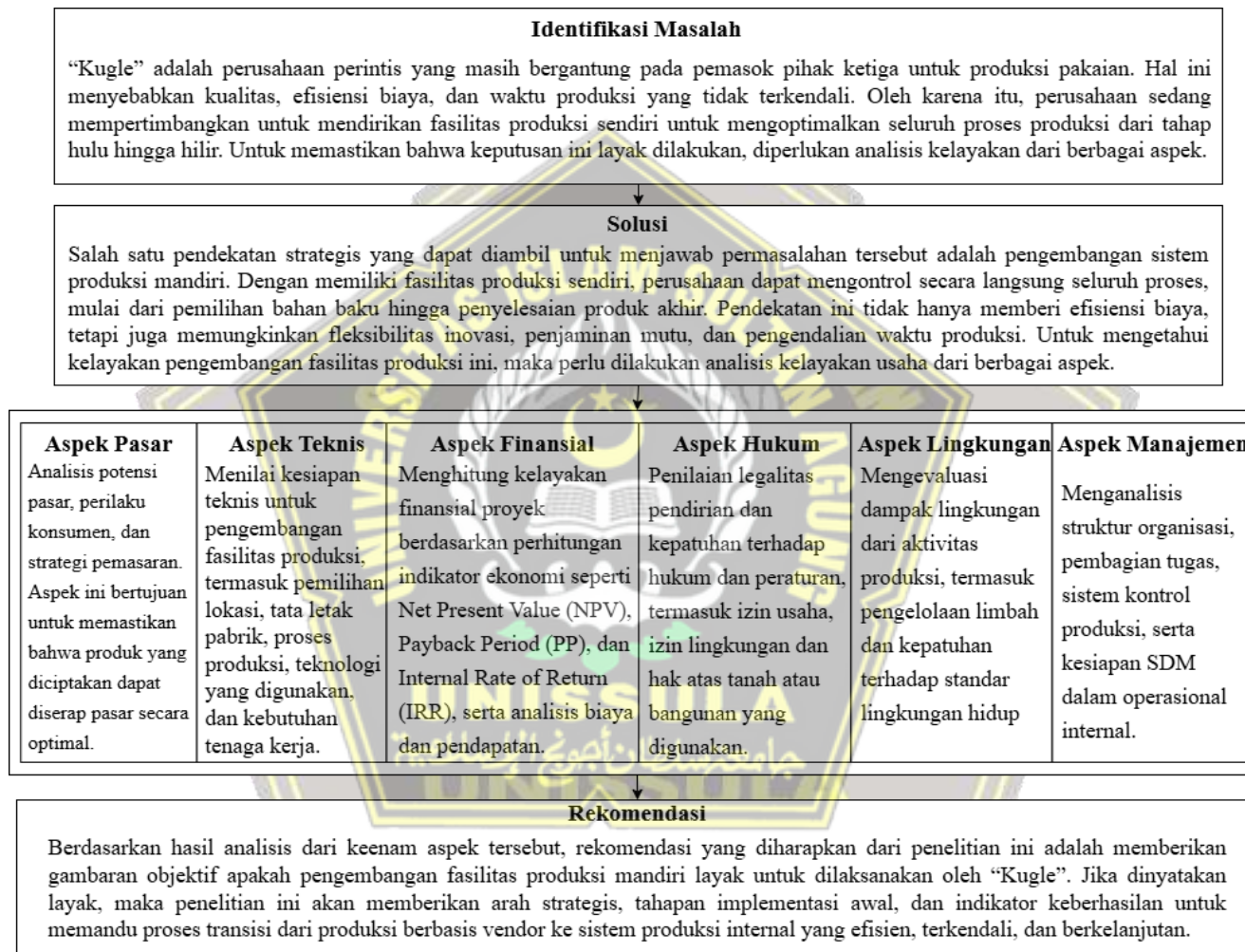
Hipotesis adalah praduga sementara dari suatu masalah dan harus dibuktikan lebih lanjut kebenarannya dan dilakukan penelitian lanjutan. Karena hipotesa bertujuan untuk pedoman terhadap penelitian yang dilakukan.

Permasalahan yang dihadapi oleh *brand* fesyen “Kugle” adalah masih bergantung pada vendor pihak ketiga dalam proses produksinya. Ketergantungan ini sering kali menimbulkan kendala berupa keterlambatan produksi, ketidaksesuaian kualitas hasil produksi dengan standar perusahaan, serta meningkatnya biaya operasional. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya kepuasan konsumen dan melemahnya daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif.

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.

2.3.2 Kerangka Teoritis

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



Gambar 2.1 Diagram Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur, tata cara, atau langkah-langkah ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu yang dilakukan dalam penelitian. Penyusunan langkah-langkah ini bertujuan untuk mempermudah memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Berikut merupakan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian tugas akhir ini.

3.1 Pengumpulan Data

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

1. 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.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara 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.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Studi 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.

2. Studi Literatur

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.

3.3 Pengujian Hipotesa

Seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang, ketergantungan “Kugle” terhadap vendor pihak ketiga dalam proses produksi menimbulkan sejumlah permasalahan yang berdampak pada kinerja operasional dan kepuasan konsumen. Permasalahan tersebut mencakup keterlambatan produksi, ketidaksesuaian kualitas dengan standar perusahaan, hingga meningkatnya biaya operasional. Kondisi ini tidak hanya menghambat proses distribusi produk secara tepat waktu, tetapi juga menurunkan daya saing *brand* “Kugle” di pasar fesyen yang kompetitif.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pengembangan sistem produksi internal berupa pendirian fasilitas konveksi sendiri. Fasilitas ini diharapkan mampu memberikan kendali penuh terhadap kualitas produk, mempercepat waktu produksi, menekan biaya operasional, serta meningkatkan fleksibilitas dalam desain dan inovasi produk. Selain itu, sistem produksi mandiri juga memungkinkan “Kugle” membangun fondasi usaha yang lebih berkelanjutan secara hukum dan lingkungan.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kelayakan usaha dengan meninjau enam aspek utama: aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen. Analisis dari

keenam aspek tersebut akan menjadi dasar dalam menilai apakah pembangunan konveksi pakaian secara mandiri oleh “Kugle” layak untuk dilakukan secara strategis dan operasional.

3.4 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.

1. Aspek Pasar

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

2. Aspek Teknis

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

3. 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).

4. 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.

5. 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.

6. 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.

3.5 Pembahasan

Hasil dari pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini akan dianalisis untuk menilai kelayakan pengembangan fasilitas produksi mandiri “Kugle” berdasarkan enam aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen. Tahapan ini bertujuan untuk menafsirkan hasil dari data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan, serta pengarsipan internal perusahaan. Adapun indikator kelayakan pada masing-masing aspek dijelaskan sebagai berikut.

1. Aspek Pasar dinyatakan layak apabila tren penjualan menunjukkan pertumbuhan positif, dan terdapat potensi pasar yang cukup besar berdasarkan proyeksi penjualan dan analisis distribusi.
2. Aspek Teknis, dinyatakan layak apabila fasilitas, kapasitas produksi, kebutuhan tenaga kerja, serta tata letak produksi dapat dipenuhi sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan.
3. Aspek Finansial dinyatakan layak apabila memenuhi kriteria investasi berikut.
 - a. *Net Present Value* (NPV) ≥ 0
 - b. *Internal Rate of Return* (IRR) \geq tingkat suku bunga atau MARR
 - c. *Payback Period* (PP) lebih cepat atau setidaknya sama dengan jangka waktu yang direncanakan.
4. Aspek Hukum layak apabila perusahaan dapat memenuhi seluruh perizinan dan persyaratan hukum yang relevan dengan pendirian dan pengoperasian fasilitas produksi.
5. Aspek Lingkungan layak apabila kegiatan produksi dapat meminimalkan dampak lingkungan, memiliki sistem pengelolaan limbah yang memadai, serta mendukung prinsip keberlanjutan.
6. Aspek Manajemen dinyatakan layak apabila struktur organisasi, sistem operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia mendukung

keberlangsungan dan efisiensi operasional konveksi yang akan dikembangkan.

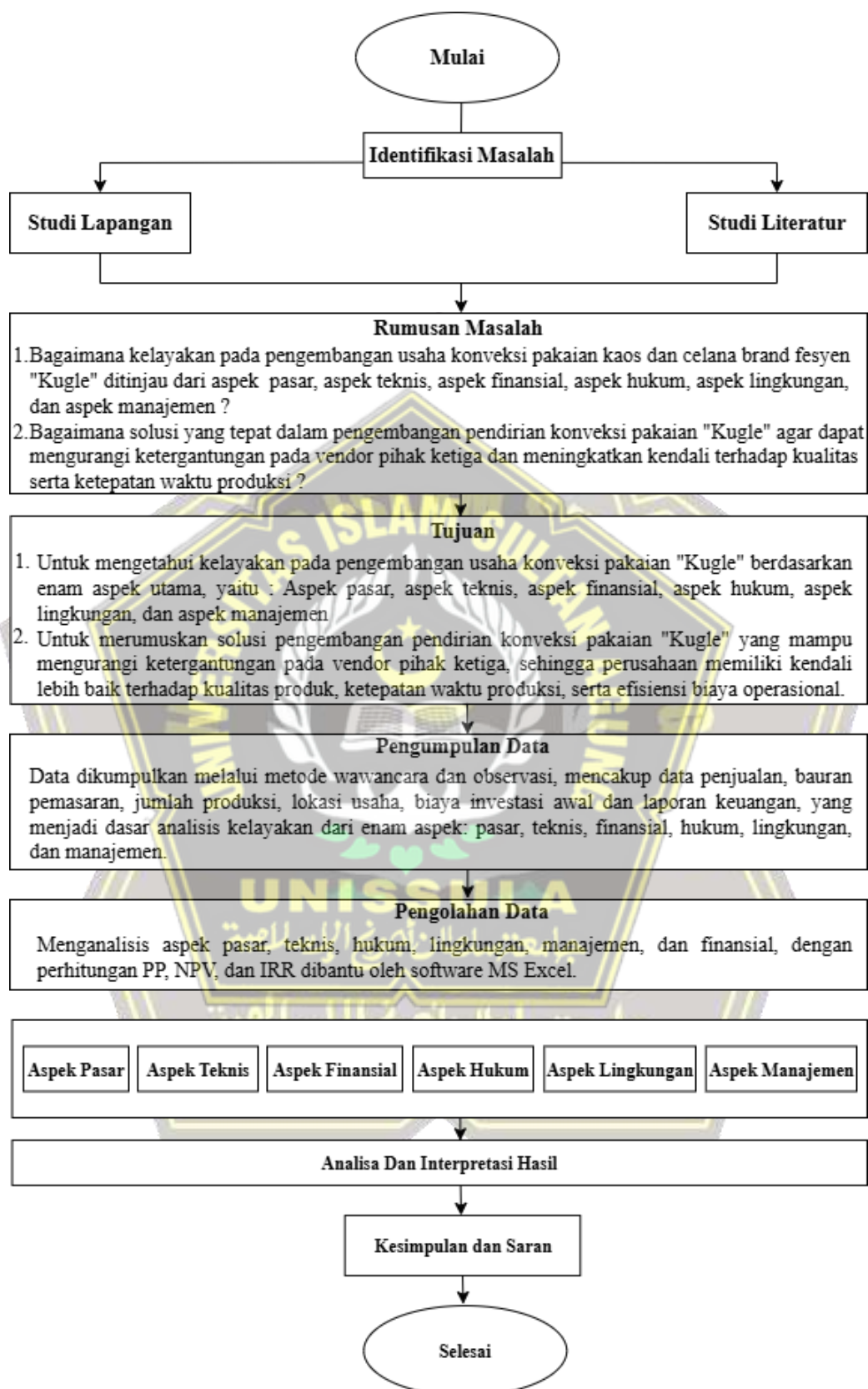
3.6 Penarikan Kesimpulan

Pada penarikan kesimpulan merupakan tahapan terakhir yang akan dilakukan pada penelitian ini, dimana hasil dari pengolahan data akan digunakan sebagai jawaban untuk perumusan masalah.

3.7 Diagram Alir

Diagram alir berfungsi untuk merencanakan tahapan proses penelitian. Berikut ini merupakan diagram alir pada penelitian diatas.





Gambar 3.1 Diagram alir penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan pada *brand* fesyen “Kugle” dengan tujuan untuk menganalisis kelayakan pengembangan fasilitas produksi mandiri (konveksi) sebagai upaya mengatasi ketergantungan terhadap vendor pihak ketiga. Analisis kelayakan pengembangan usaha ini dilakukan dengan meninjau enam aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen, guna mengetahui apakah rencana pengembangan tersebut layak untuk dijalankan secara menyeluruh.

Berikut ini adalah data penjualan produk fesyen “Kugle” pada awal bulan november tahun 2024 sampai dengan akhir bulan juni tahun 2025, data penjualan ini mencerminkan permintaan konsumen terhadap produk kaos dan celana yang menjadi dasar dalam analisis aspek pasar dan pemasaran.

Tabel 4.1 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 di atas menunjukkan data penjualan produk “Kugle” yang tersedia untuk saat ini. Berdasarkan data tersebut, terlihat adanya tren penjualan yang cenderung meningkat, penjualan kaos meningkat tajam dari 66 pcs di bulan desember menjadi

236 pcs pada bulan april, diikuti dengan penjualan celana dari 32 pcs menjadi 218 pcs di bulan yang sama, kemudian sedikit menurun pada bulan-bulan berikutnya, yang disinyalir sebagai akibat dari permasalahan produksi dari vendor. Setelah mengetahui tren penjualan dari masing-masing produk berdasarkan data yang tersedia, penting untuk memahami posisi harga produk “Kugle” di pasar. Harga jual produk mencerminkan daya beli konsumen serta *positioning brand* di segmen fesyen anak muda. Penetapan harga juga disesuaikan dengan strategi pemasaran dan karakteristik target pasar. Berikut adalah daftar harga jual produk “Kugle” saat ini yang berlaku di toko fisik dan kanal *e-commerce*.

Tabel 4.2 Harga Jual Produk

No	Produk	Harga Produksi (pcs)	Harga Jual (pcs)
1	Kaos	Rp. 70.000,-	Rp. 130.000,-
2	Celana	Rp. 35.000,-	Rp. 95.000,-

Untuk memperoleh data yang mendalam mengenai implementasi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) serta bauran pemasaran (4P), dilakukan wawancara langsung dengan pendiri sekaligus pemilik *brand* fesyen “Kugle”. Beliau, sebagai sosok yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, memiliki pemahaman mendalam tentang strategi yang diterapkan dan respons pasar. Wawancara ini bertujuan untuk memvalidasi bagaimana konsep-konsep pemasaran tersebut dijalankan secara praktis di lapangan. Hasil wawancara disajikan dalam tabel berikut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak “Kugle”, dapat diketahui dari sisi *Segmentation*, pasar dibagi berdasarkan usia 17-30 tahun, dengan minat musik dan sepak bola. *Targeting* difokuskan pada anak muda yang aktif di media sosial dan mengikuti tren fesyen. Sedangkan dari sisi *Positioning*, “Kugle” memposisikan diri sebagai brand lokal yang berani, cepat, dan penuh keyakinan, dengan filosofi nama “Kugle” yang berarti peluru dan tagline “*No Doubt*” sebagai penguat citra merek. Strategi ini menunjukkan kesesuaian antara sasaran pasar dan identitas brand. Berikut ini adalah hasil wawancara pengumpulan data pada pemasaran untuk aspek pasar dan pemasaran pada *brand* fesyen “Kugle”, dimana wawancara ini mencakup pada metode STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), dan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

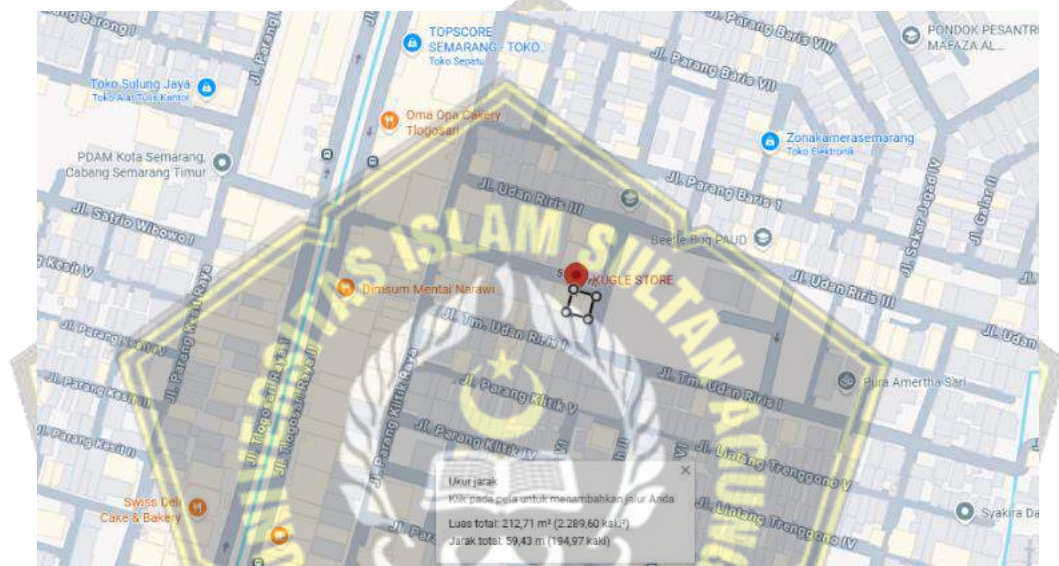
WAWANCARA PENELITIAN BRAND FESYEN "KUGLE"		
Tujuan : Menggali informasi pemasaran berdasarkan pendekatan STP dan 4P Responden : Dio (Founder Kugle) Tempat : Toko Fisik Kugle		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Siapa saja target utama konsumen dari produk Kugle saat ini?	Target utama kami adalah anak muda usia 17-30 tahun, terutama yang memiliki ketertarikan pada sepak bola, dan gaya hidup urban streetwear.
2	Di wilayah mana saja biasanya konsumen produk Kugle berada, dan apakah mereka membeli secara online atau langsung ke toko fisik?"	Mayoritas konsumen kami berasal dari area Semarang dan sekitarnya, mereka seringkali yang melakukan pembelian ke toko fisik. Namun, lewat platform online seperti Shopee, pembeli juga datang dari luar kota.
3	Dimana saja lokasi pemasaran utama produk Kugle dilakukan ?	Pemasaran kami dilakukan secara offline di toko fisik dan online melalui Shopee serta media sosial seperti Instagram.
4	Apakah karakteristik umum konsumen dalam memilih produk fesyen dari Kugle? Apakah mereka lebih mengutamakan desain, kenyamanan, atau harga?	Konsumen kami biasanya mencari produk dengan desain unik yang merepresentasikan identitas mereka, terutama dalam konteks hobi seperti sepak bola. Namun, kenyamanan dan harga tetap menjadi pertimbangan penting.
5	Bagaimana pola pembelian konsumen terhadap produk-produk Kugle?	Pola pembelian meningkat saat promosi dilakukan di media sosial dan saat launching produk baru. Konsumen juga cenderung loyal dan sering repeat order untuk varian desain terbaru.
6	Faktor apa yang paling memengaruhi konsumen untuk tetap membeli produk Kugle?	Desain yang relevan dengan gaya hidup anak muda, kualitas bahan, kenyamanan, serta pelayanan yang responsif dan ramah.
7	Apakah yang biasanya menjadi alasan konsumen merekomendasikan Kugle ke orang lain?	Selain karena kualitas dan desain, mereka juga menyukai identitas brand Kugle yang kuat dan berbeda dari produk fesyen lainnya.
8	Mengapa konsumen memilih Kugle dibanding merek lokal lain?	Karena desainnya khas, berani, dan mencerminkan komunitas yang mereka ikuti. Selain itu, brand ini aktif di media sosial dan terasa dekat dengan konsumen.
9	Apakah keunggulan utama produk Kugle dibandingkan brand lain menurut pelanggan?	Produk kami memiliki konsep desain tematik, limited edition, dan menggandeng isu yang relevan dengan generasi muda seperti sepak bola dan musik.
10	Apakah tanggapan konsumen tentang kualitas dan inovasi produk Kugle?	Mayoritas konsumen puas dengan kualitas jahitan dan bahan. Mereka juga menantikan inovasi produk seperti kolaborasi dengan klub sepakbola
11	Menurut Anda, apakah harga produk Kugle sudah sesuai dengan kualitas dan desain yang ditawarkan?	Menurut saya harga produk Kugle masih kompetitif dan sesuai dengan kualitasnya, karena Kugle mengusung konsep desain tematik dan limited edition.

Gambar 4.1 Hasil Wawancara

Pada tahap pengumpulan data ini, aspek teknis diperoleh dari informasi mengenai lokasi perusahaan, proses produksi, kapasitas produksi, peralatan produksi yang dibutuhkan, serta jumlah tenaga kerja yang diperlukan.

1. Lokasi Perusahaan

Rencana pengembangan fasilitas produksi “Kugle” akan menggunakan konsep satu bangunan dengan toko fisik. Lantai pertama direncanakan untuk area penjualan (toko) dan ruang penyimpanan stok barang. Lantai kedua direncanakan sebagai area produksi, yang dilengkapi dengan mesin jahit, meja potong, dan fasilitas pendukung lainnya. Lokasi bangunan ini berada di Jalan Tm. Udan Riris II No. 18, Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang.



Gambar 4.2 Peta Lokasi

2. Luas Tempat Produksi

Saat ini, brand fesyen “Kugle” telah menyiapkan bangunan dengan luas sekitar 210 meter persegi dengan panjang 15 meter dan lebar 14 meter untuk pengembangan fasilitas produksi mandiri yang telah direncanakan. Bangunan ini dirancang dengan dua lantai, di mana lantai pertama difungsikan sebagai toko fisik sekaligus area penyimpanan stok, sedangkan lantai kedua akan digunakan untuk area produksi dengan peralatan pendukung seperti mesin jahit, meja potong, dan lain sebagainya.

3. Proses Produksi

Saat ini, proses produksi “Kugle” bergantung pada vendor pihak ketiga dengan kapasitas produksi yang bervariasi setiap bulannya untuk produk, yaitu kaos, celana. Berikut ini adalah data jumlah produksi produk kaos dan celana per bulan brand fesyen “Kugle”.

Tabel 4.3 Jumlah Produksi

Bulan	Kaos (pcs)	Celana (pcs)
2024		
Oktober	100	150
November	70	
Desember	170	500
2025		
Januari	140	
Februari	200	500
Maret	250	
April	200	
Mei	100	500
Juni	140	
Jumlah	1370	1650
Rata-rata	152	183

Permasalahan utama berupa keterlambatan dan ketidaksesuaian kualitas paling sering terjadi pada kaos dan celana, tekanan biaya produksi yang mengalami kenaikan tertinggi juga terjadi pada produk kaos dan celana, dimana masing-masing mengalami kenaikan sebesar 16,67%, sedangkan produk lain jarang bermasalah. Tabel delay produksi dari permasalahan yang dialami *brand* fesyen “Kugle” dapat dilihat pada Tabel 1.2 dan Tabel 1.3, sedangkan dokumentasi cacat produk pada Gambar 1.3.

Untuk mengatasi hal tersebut, pengembangan konveksi akan difokuskan pada produksi kaos dan celana terlebih dahulu, sementara bandana, totebag, dan topi tetap di vendor hingga kapasitas internal mencukupi. Fasilitas konveksi seluas 210 m² akan dibangun di lantai dua, sedangkan lantai satu untuk toko fisik dan penyimpanan stok. Proses produksi meliputi pemotongan, penjahitan, pemasangan tag label, finishing, dan pengemasan. Peralatan utama mencakup mesin jahit *highspeed*, meja potong, setrika uap, dan perlengkapan pendukung lainnya.

4. Kebutuhan Produksi

Pada brand fesyen “Kugle”, modal investasi untuk pembangunan fasilitas produksi mandiri direncanakan berasal dari dana internal perusahaan tanpa menggunakan pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Berikut adalah

peralatan produksi yang diperlukan untuk menunjang pendirian tempat produksi *brand* fesyen “Kugle”.

A. Kebutuhan Alat Produksi

Berikut ini merupakan daftar kebutuhan peralatan produksi yang direncanakan untuk mendukung operasional fasilitas produksi mandiri *brand* fesyen “Kugle”.

Tabel 4.4 Kebutuhan Alat Produksi

No	Item	Umur Ekonomis
A	Kebutuhan Jahit dan Potong	
1	Mesin Jahit High Speed	5 Tahun
2	Mesin Overlock	5 Tahun
3	Meja Potong	4 Tahun
4	Mesin Potong Kain	5 Tahun
5	Gunting Kain	1 Tahun
B	Kebutuhan Finishing	
1	Setrika Uap	5 Tahun
C	Kebutuhan Sablon	
1	Peralatan Sablon	1 Tahun
2	Meja Sablon	4 Tahun
D	Kebutuhan Pendukung	
1	Kursi dan Meja Kerja	4 Tahun

B. Modal Awal Pengembangan Usaha Konveksi Pakaian “Kugle”

Untuk saat ini operasional harian masih dikelola oleh pemilik secara langsung, termasuk penjagaan toko dan pengelolaan inventaris, tanpa melibatkan tenaga kerja tetap. Hal ini mencerminkan keterbatasan sumber daya internal yang dimiliki. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dan meningkatkan efisiensi serta kontrol kualitas, “Kugle” merencanakan pengembangan fasilitas produksi mandiri. Perencanaan kapasitas produksi awal direncanakan sebesar 200 pcs kaos dan 200 pcs celana per bulan. Berikut ini merupakan modal awal yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha *brand* fesyen “Kugle”.

1. Biaya pembangunan fasilitas produksi, pembelian peralatan produksi, serta biaya operasional pendukung lainnya.
2. Fasilitas produksi direncanakan dibangun pada lahan seluas 210 meter persegi. Bangunan terdiri dari dua lantai, dengan lantai satu adalah toko fisik dan ruang penyimpanan stok, serta lantai kedua sebagai area produksi utama, difokuskan pada pembuatan kaos dan celana yang selama ini

menunjukkan adanya permasalahan keterlambatan, kecacatan produksi, dan meningkatnya biaya operasional tertinggi saat dikelola oleh pihak vendor.

C. Data Penunjang Operasional

Sebagai penunjang kelancaran operasional fasilitas produksi, terdapat beberapa data pendukung yang menjadi bagian dari perencanaan usaha, antara lain

1. Jam kerja direncanakan selama 8 jam per hari, mengikuti standar industri konveksi.
2. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan diperkirakan sebanyak 5 orang, terdiri dari 2 penjahit, 1 operator sablon, 1 bagian finishing dan pengemasan, dan 1 bagian pemasaran.
3. Upah tenaga kerja divisi produksi dan pemasaran direncanakan sebesar Rp. 100.000 per hari per orang, dengan 25 hari kerja.

Pada tahap pengumpulan data untuk aspek finansial, informasi yang dikumpulkan berkaitan dengan data penjualan produk kaos dan celana, margin keuntungan mencakup harga produksi, harga jual saat ini, serta biaya operasional saat ini, dan kebutuhan peralatan produksi yang diperlukan dalam proses pembuatan pakaian, khususnya produk kaos dan celana. Data ini mencakup jenis peralatan, jumlah unit, serta estimasi biaya pengadaan yang diperlukan untuk mendukung operasional produksi di fasilitas mandiri yang direncanakan.

A. Data Penjualan

Data penjualan yang mencakup produk kaos dan celana sebagai produk yang diutamakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1

B. Margin Keuntungan

Margin keuntungan merupakan petunjuk penting dalam menilai efisiensi dan profitabilitas setiap produk yang dijual. Pada tahap pengumpulan data ini, margin keuntungan bertujuan untuk mengetahui selisih antara harga jual dengan biaya produksi saat ini, yang masih mengandalkan vendor pihak ketiga. Informasi ini memberikan gambaran awal mengenai kondisi keuangan per produk dan menjadi dasar dalam mempertimbangkan kelayakan pengembangan fasilitas produksi mandiri. Berikut ini adalah tabel margin keuntungan untuk masing-masing produk yang dipasarkan oleh *brand* fesyen “Kugle”.

Tabel 4.5 Margin Keuntungan

No	Produk	Harga Produksi (pcs)	Harga Jual (pcs)	Keuntungan
1	Kaos	Rp. 70.000,-	Rp. 130.000,-	Rp. 60.000,-
2	Celana	Rp. 35.000,-	Rp. 95.000,-	Rp. 60.000,-

C. Biaya Operasional

Berikut ini merupakan tabel biaya operasional yang dikeluarkan setiap bulannya. Komponen biaya mencakup pengeluaran rutin seperti produksi rata-rata kaos dan celana per bulannya, listrik, air, desain, dan stiker.

Tabel 4.6 Biaya Operasional

No	Komponen Biaya	Volume/Bulan	Biaya Satuan	Total Biaya
1	Listrik, Air, dsb	1 bulan	Rp. 300.000,-	Rp. 300.000,-
2	Desain Kaos	2 desain	Rp. 200.000,-	Rp. 400.000,-
3	Stiker	1 pack	Rp. 150.000,-	Rp. 150.000,-
4	Produksi Kaos	152 pcs	Rp. 70.000,-	Rp. 10.640.000,-
5	Produksi Celana	183 pcs	Rp. 35.000,-	Rp. 6.405.000,-
Total Biaya Operasional				Rp. 17.895.000,-

D. Biaya Investasi Awal

Berikut adalah tabel biaya investasi awal yang berkaitan dengan kebutuhan peralatan produksi yang diperlukan dalam proses pembuatan pakaian, khususnya produk kaos dan celana.

Tabel 4.7 Biaya Investasi Awal

No	Item	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis
A Kebutuhan Jahit dan Potong					
1	Mesin Jahit High Speed	2	Rp. 2.500.000,-	Rp. 5.000.000,-	5 Tahun
2	Mesin Overlock	2	Rp. 2.850.000,-	Rp. 5.700.000,-	5 Tahun
3	Meja Potong	1	Rp. 1.600.000,-	Rp. 1.600.000,-	4 Tahun
4	Mesin Potong Kain	1	Rp. 565.000,-	Rp. 565.000,-	5 Tahun
5	Gunting Kain	1	Rp. 15.000,-	Rp. 15.000,-	1 Tahun
B Kebutuhan Finishing					
1	Setrika Uap	1	Rp. 120.000,-	Rp. 120.000,-	5 Tahun
C Kebutuhan Sablon					
1	Peralatan Sablon	4	Rp. 160.000,-	Rp. 640.000,-	1 Tahun
2	Meja Sablon	4	Rp. 500.000,-	Rp. 2.000.000,-	4 Tahun
D Kebutuhan Pendukung					
1	Kursi dan Meja Kerja	1	Rp. 200.000,-	Rp. 200.000,-	4 Tahun
Total Biaya Investasi				Rp. 15.840.000,-	

Aspek hukum menjadi elemen penting dalam kelayakan pengembangan usaha karena menyangkut legalitas dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Legalitas usaha tidak hanya berfungsi sebagai landasan hukum operasional, tetapi juga menjadi salah satu prasyarat dalam ekspansi bisnis, termasuk pembangunan fasilitas produksi mandiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa brand fesyen “Kugle” saat ini masih dalam proses pengurusan beberapa dokumen legal, seperti Izin Usaha dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk merek dagangnya. Kedua dokumen ini sangat penting untuk menjamin perlindungan hukum terhadap operasional dan identitas merek dalam jangka panjang. Sementara itu, untuk aspek perpajakan, pihak usaha menyampaikan bahwa tidak terdapat kendala yang berarti. “Kugle” telah menjalankan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk pelaporan dan pembayaran pajak rutin. Adapun lokasi yang direncanakan sebagai tempat pembangunan fasilitas produksi dan toko fisik berada di lahan dan bangunan dengan status hak milik. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian aspek legal masih dalam proses, kesadaran dan komitmen untuk memenuhi ketentuan hukum sudah diterapkan oleh pemilik usaha. Oleh karena itu, pengurusan dokumen perizinan harus menjadi prioritas dalam perencanaan pengembangan usaha agar tidak menimbulkan hambatan administratif di masa mendatang.

Saat ini, aktivitas produksi brand “Kugle” masih dilakukan melalui vendor pihak ketiga, sehingga belum terdapat pengaruh lingkungan langsung yang dihasilkan dari kegiatan produksi. Namun, dalam rencana pengembangan fasilitas produksi mandiri, aspek lingkungan menjadi perhatian penting. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan pada tahap ini mencakup identifikasi potensi limbah padat (sisa kain, plastik), penggunaan bahan baku ramah lingkungan, kebutuhan energi listrik, serta kemungkinan pengelolaan limbah produksi. Dalam proses produksi pakaian, terutama kaos dan celana, terdapat berbagai aktivitas yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menghasilkan limbah. Identifikasi terhadap jenis dan sumber limbah ini penting dilakukan untuk merancang sistem pengelolaan

lingkungan yang bertanggung jawab. Berikut adalah potensi limbah yang diperkirakan akan muncul ketika fasilitas produksi mandiri telah beroperasi.

Tabel 4.8 Potensi Limbah

Jenis Limbah	Sumber Kegiatan	Bentuk Limbah	Dampak Potensial
Limbah Tekstil (Kain Perca)	Pemotongan bahan kaos dan celana	Potongan kain	Menumpuk di lingkungan, sulit terurai
Limbah Plastik Kemasan	Pengemasan produk akhir	Plastik	Pencemaran lingkungan jika tidak dikelola
Limbah Sablon	Proses penyablonan desain kaos	Cair	Potensi mencemari air atau tanah
Debu Kain	Pemotongan dan penjahitan	Mikro partikel	Pencemaran udara dalam ruangan
Limbah Domestik	Konsumsi harian	Makanan, plastik	Pencemaran lingkungan, bau

Saat ini, pengelolaan kegiatan usaha “Kugle” masih bersifat individual dan belum memiliki struktur organisasi. Semua aktivitas operasional seperti pelayanan pelanggan, penjualan toko fisik dan *online*, pengelolaan stok, hingga promosi digital masih dijalankan langsung oleh pemilik usaha. Namun, seiring rencana pengembangan fasilitas produksi mandiri, diperlukan perencanaan sistem manajemen yang lebih terstruktur, mulai dari pembentukan struktur organisasi, perekrutan tenaga kerja, pembagian tugas, hingga sistem pengawasan internal.

4.2 Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data, selanjutnya dilakukan pengolahan data pada masing-masing aspek penelitian. Pengolahan ini bertujuan untuk menilai kelayakan pengembangan fasilitas produksi mandiri *brand* “Kugle”.

4.2.1 Aspek Pasar

Pada bagian ini akan dibahas mengenai aspek pasar dan pemasaran dari rencana pengembangan fasilitas produksi mandiri *brand* fesyen “Kugle”. Aspek pasar mencakup analisis permintaan di masa depan terhadap produk kaos dan celana berdasarkan histori data penjualan, serta analisis *segmentation*, *targeting*, *positioning*, dan bauran pemasaran yang digunakan untuk menjangkau konsumen.

1. Penjualan

Data penjualan produk kaos dan celana “Kugle” yang tersedia saat ini, disajikan pada Tabel 4.1. Berdasarkan tabel data diatas maka dapat dibuat grafik

tren penjualan produk kaos dan celana *brand* fesyen “Kugle” seperti pada gambar sebagai berikut.



Gambar 4.3 Tren Penjualan

Meskipun data penjualan yang tersedia hanya mencakup periode 9 bulan, peramalan tetap dilakukan, metode yang digunakan yaitu metode *linier regression* dan *moving average*. Metode ini dipilih karena tidak mensyaratkan periode musiman lengkap, dan tetap dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola tren serta memproyeksikan permintaan jangka pendek.

Peramalan dilakukan menggunakan *software POM for Windows* dengan memilih *module Forecasting*. Kriteria yang dipilih dengan nilai *Mean Squared Error* (MSE), *Mean Absolute Deviation* (MAD), *Mean Absolute Percent Error* (MAPE) dan *Mean Error* terkecil. Berdasarkan hasil perhitungan peramalan yang dilakukan, nilai MSE, MAD, dan MAPE untuk masing-masing metode pada produk kaos dan celana adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9 Nilai MSE, MAD, MAPE Pada Penjualan Produk

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

Berdasarkan hasil analisis peramalan permintaan produk kaos dan celana menggunakan dua metode, yaitu *Moving Average* dengan $n=3$ dan $n=4$ dan *Linier*

Regression, diperoleh hasil yang bervariasi tergantung jenis produknya. Untuk produk kaos, metode *Linier Regression* menunjukkan kinerja terbaik dengan nilai *Mean Absolute Deviation* (MAD) sebesar 29,029, *Mean Squared Error* (MSE) sebesar 1654,061, dan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) sebesar 0,227. Nilai-nilai ini menunjukkan tingkat kesalahan yang lebih rendah dibandingkan metode *Moving Average*, sehingga *Linier Regression* dinilai lebih akurat dalam meramalkan permintaan produk kaos. Sementara itu, untuk produk celana, metode *Moving Average* dengan $n=4$ memberikan hasil terbaik dengan nilai MAD sebesar 29,861, MSE sebesar 1954,229, dan MAPE sebesar 0,195.

Tabel 4.10 Hasil Peramalan Penjualan

Bulan	Kaos (pcs)	Celana (pcs)
Agustus	177	185
September	184	177
Oktober	190	194
November	197	189
Desember	203	186
Jumlah	951	931
Rata-rata	190	186

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas fundamental yang mesti dijalankan oleh setiap entitas bisnis, baik yang berfokus pada bidang barang atau jasa, demi menjamin keberlanjutan operasional serta meraih profitabilitas agar perusahaan dapat eksis dan bertumbuh. Selain itu, fungsi ini krusial dalam interaksi langsung dengan pelanggan. Hasil wawancara dapat dilihat pada tabel gambar 4.1 yang sudah dilakukan pada proses pengumpulan data.

Pada tabel diatas merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai *segmentation*, *positioning*, dan *targeting* (STP). Berikut ini merupakan rekapitulasi dari hasil wawancara.

A. *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP)

- *Segmentation*
- Demografis :

Tabel 4.11 *Segmentation* Demografis

Kategori	Segmentasi	Karakteristik
Usia	17-30 tahun	Konsumen pada rentang usia ini cenderung aktif di media sosial, menyukai gaya hidup streetwear, serta memilih desain fesyen yang unik dan ekspresif.
Jenis Kelamin	Pria dan Wanita	Konsumen pria tertarik pada desain yang maskulin dan simpel, sedangkan konsumen wanita lebih menyukai produk yang fashionable dan identitasnya kuat.
Pendapatan	Menengah ke atas	Konsumen ini mencari keseimbangan antara harga, kualitas bahan, dan keunikan desain. Mereka tidak hanya melihat harga, tapi juga nilai estetika.
Lokasi	Perkotaan	Konsumen perkotaan memiliki gaya hidup dinamis dan terbuka terhadap tren fesyen baru. Mereka cenderung loyal jika produk sesuai dengan identitas diri.

Segmentasi demografis *brand* “Kugle” berfokus pada kelompok usia 17-30 tahun dengan pendapatan menengah ke atas di wilayah perkotaan. Konsumen dalam segmen ini, baik pria maupun wanita, memiliki karakteristik yang mengutamakan kualitas, nilai estetika, dan desain unik, serta aktif mengikuti tren fesyen yang dinamis.

▪ Geografis :

Tabel 4.12 *Segmentation* Geografis

Kategori	Segmentasi	Karakteristik
Lokasi atau Wilayah	Perkotaan	Di wilayah perkotaan, konsumen lebih mengikuti tren gaya hidup streetwear. Mereka cenderung aktif di media sosial dan menyukai desain unik.
Iklim	Tropis	Di iklim tropis seperti Indonesia, konsumen lebih memilih pakaian yang nyaman dan ringan. Bahan adem dan model simpel menjadi prioritas utama.
Populasi	Kota besar dan Kota menengah	Konsumen di kota besar dan menengah memiliki akses lebih tinggi terhadap informasi fesyen, serta cenderung lebih responsif terhadap promosi digital.

Segmentasi geografis *brand* “Kugle” menargetkan konsumen di wilayah perkotaan, khususnya di kota besar dan kota menengah. Strategi ini didasarkan pada karakteristik konsumen yang memiliki akses tinggi terhadap informasi fesyen dan aktif mengikuti tren gaya hidup streetwear. Selain itu, produk disesuaikan dengan kondisi iklim tropis di Indonesia, di mana kenyamanan dan bahan yang adem menjadi prioritas utama.

▪ Psikografis :

Tabel 4.13 *Segmentation Psikografis*

Kategori	Segmentasi	Karakteristik
Kepribadian	Ekspresif dan Percaya diri	Konsumen “Kugle” cenderung percaya diri dan ingin mengekspresikan identitas serta komunitas mereka melalui pakaian yang mereka kenakan.
Gaya Hidup	Streetwear	Gaya hidup yang aktif, dinamis, dan mengikuti tren fesyen jalanan menjadi ciri khas konsumen utama “Kugle”.
Hobi	Sepak Bola dan Musik	Konsumen banyak berasal dari komunitas yang memiliki ketertarikan pada musik dan sepak bola, sehingga desain produk disesuaikan dengan tema tersebut.
Minat Konsumen	Desain unik dan Eksklusif	Lebih menyukai produk dengan desain yang tidak pasaran, terbatas (<i>limited edition</i>), dan mencerminkan nilai komunitas.

Segmentasi psikografis *brand* “Kugle” berfokus pada konsumen dengan kepribadian ekspresif dan percaya diri yang memiliki gaya hidup *streetwear* yang dinamis. Konsumen ini memiliki ketertarikan pada hobi sepak bola dan musik, serta memprioritaskan desain unik, eksklusif, dan edisi terbatas yang mencerminkan identitas dan nilai komunitas mereka.

▪ Perilaku :

Tabel 4.14 *Segmentation Perilaku*

Kategori	Segmentasi	Karakteristik
Frekuensi Penggunaan	Tinggi	Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang (<i>repeat order</i>), terutama saat launching desain baru.
Manfaat yang Dicari	Desain dan Representasi	Konsumen mencari produk dengan desain unik yang bisa merepresentasikan identitas, hobi, dan komunitas mereka.
Kesempatan Pembelian	Promosi dan Launching	Pembelian meningkat saat promo di media sosial atau peluncuran desain terbaru.
Loyalitas Merek	Loyal	Konsumen yang puas cenderung tetap membeli produk “Kugle” dan merekomendasikannya kepada orang lain.
Respon terhadap Harga	Sensitif terhadap Nilai	Konsumen mempertimbangkan harga namun tetap memprioritaskan kualitas, desain, dan kenyamanan sebagai faktor utama.

Segmentasi perilaku *brand* “Kugle” berfokus pada konsumen dengan loyalitas tinggi yang cenderung melakukan pembelian ulang, terutama saat promosi atau *launching* desain baru. Konsumen ini mencari produk yang menawarkan desain unik dan representasi diri, serta memiliki sensitivitas terhadap nilai, di mana mereka memprioritaskan kualitas, desain, dan kenyamanan di atas harga.

▪ *Targeting*

Memusatkan perhatian pada segmen konsumen yang relevan, yaitu anak muda usia 17-30 tahun yang memiliki ketertarikan pada sepak bola, musik, serta gaya hidup *streetwear*. Pendekatan ini diimplementasikan melalui desain kaos yang identik dengan tema-tema tersebut, berfungsi tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media ekspresi diri dan representasi komunitas. Selain itu, strategi pemasaran juga menargetkan konsumen loyal yang aktif mengikuti *launching* desain baru serta memiliki preferensi terhadap produk fesyen dengan konsep identitas dan representasi diri yang kuat.

▪ *Positioning*

Tabel 4.15 *Segmentation Positioning*

Kategori	Deskripsi
Kualitas	Menonjolkan kualitas bahan yang nyaman digunakan, jahitan rapi, serta ketahanan produk dalam penggunaan sehari-hari.
Harga	Menawarkan harga yang kompetitif dan tetap terjangkau oleh segmen anak muda, sesuai dengan daya beli pasar.
Desain dan Estetika	Fokus pada desain tematik yang unik dan relevan dengan gaya hidup anak muda, seperti tema sepak bola, musik, dan <i>streetwear</i> .

Analisis positioning *brand* “Kugle” menunjukkan fokus pada penempatan merek yang memprioritaskan kualitas produk dengan bahan yang nyaman dan jahitan yang rapi. Dari sisi harga, *brand* ini diposisikan sebagai merek yang kompetitif dan terjangkau bagi segmen anak muda. Terakhir, positioning ini diperkuat dengan desain dan estetika yang unik dan tematik, relevan dengan gaya hidup dan minat konsumen pada sepak bola, musik, dan *streetwear*.

B. *Product, Price, Place, Promotion* (4P)

▪ *Product*

Brand fesyen “Kugle” menawarkan berbagai produk pakaian kasual yang

terdiri dari kaos, celana, bandana, tote bag, dan topi. Produk-produk ini dirancang dengan konsep desain tematik yang unik dan merepresentasikan minat anak muda terhadap sepak bola, musik, dan gaya hidup *streetwear*. Untuk produk kaos diproduksi dalam edisi terbatas (*limited edition*), dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan bahan, kualitas jahitan, dan estetika visual yang kuat. “Kugle” tidak hanya menjual pakaian sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas dan gaya hidup anak muda modern.

Tabel 4.16 Product

Atribut Produk	Keterangan
Material	Menggunakan bahan katun combed dan drill berkualitas yang nyaman dipakai, menyerap keringat, dan cocok untuk iklim tropis.
Desain	Mengusung desain tematik yang terinspirasi dari sepak bola, musik, dan gaya hidup <i>streetwear</i> . Setiap desain kaos dibuat eksklusif dan memiliki cerita visual tersendiri.
Ukuran	Tersedia dalam berbagai ukuran mulai dari S hingga XXL, menyesuaikan dengan postur tubuh konsumen usia remaja hingga dewasa muda.
Warna	Memiliki variasi warna yang trendi dan disesuaikan dengan karakter brand, seperti hitam, putih, navy, dan warna lainnya yang cocok untuk gaya anak muda.
Fungsi	Produk berfungsi sebagai pakaian harian yang stylish dan nyaman, sekaligus sebagai media ekspresi identitas dan komunitas penggemar sepak bola atau musik.
Daya Tahan	Jahitan kuat, material tahan lama, dan tidak mudah rusak setelah dicuci berulang kali. Cocok untuk penggunaan rutin dalam aktivitas harian.

▪ *Price*

Setiap produk *brand* fesyen “Kugle” dibanderol dengan harga yang kompetitif dan disesuaikan dengan jenis produknya. Harga ditentukan berdasarkan kualitas bahan, kompleksitas desain, serta nilai eksklusivitas dari *brand*. Selain itu, “Kugle” juga menyediakan layanan pengiriman untuk pembelian *online*, di mana biaya kirim dihitung berdasarkan tarif jasa ekspedisi dan lokasi pelanggan.

Tabel 4.17 Harga Jual Produk

Produk	Harga Jual (pcs)
Kaos	Rp. 130.000,-
Celana	Rp. 95.000,-

▪ *Place*

Produk *brand* fesyen “Kugle” saat ini dipasarkan melalui dua saluran utama, yaitu offline dan online. Secara offline, penjualan dilakukan melalui toko fisik yang berlokasi di Jalan Taman Udan Riris II No. 18, Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Lokasi ini cukup strategis karena berada di kawasan pemukiman dan dekat dengan area komersial, sehingga mudah diakses oleh pelanggan lokal. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, “Kugle” juga memanfaatkan saluran penjualan *online*, melalui marketplace seperti Shopee, maupun media sosial seperti Instagram. Pemesanan juga dapat dilakukan langsung melalui WhatsApp yang tertera di profil media sosial. Dengan kombinasi saluran distribusi ini, “Kugle” berupaya memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses dan membeli produk, baik secara langsung maupun daring.

▪ *Promotion*

Strategi promosi yang diterapkan oleh brand fesyen “Kugle” difokuskan pada pemasaran digital dan pendekatan komunitas. Promosi utama dilakukan melalui media sosial, terutama Instagram, yang digunakan untuk membangun *brand image*, menampilkan koleksi terbaru, serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Akun Instagram @kugle.id ini juga menjadi media penting dalam mengumumkan promosi, kolaborasi, dan *launching* produk baru. Selain itu, platform *e-commerce* seperti Shopee juga digunakan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan fitur-fitur seperti diskon, voucher toko, dan *flash sale*. Strategi *word of mouth* atau promosi dari mulut ke mulut juga berjalan secara organik, terutama dari pelanggan yang puas dengan kualitas dan desain produk “Kugle”. Kombinasi antara strategi digital marketing dan loyalitas komunitas ini bertujuan untuk memperkuat eksistensi merek di kalangan anak muda yang menjadi target utama pasar, serta meningkatkan kesadaran dan penjualan produk secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis aspek pasar, untuk pengembangan *brand* fesyen “Kugle” dinyatakan layak. Hal ini ditunjukkan oleh segmentasi yang jelas pada konsumen, tren penjualan kaos dan celana yang relatif meningkat, serta reaksi positif dari konsumen terhadap kualitas, desain, dan identitas brand. Proyeksi

penjualan dengan metode *Moving Average* dan *Linier Regression* juga menunjukkan potensi pertumbuhan yang konsisten. Dengan jangkauan pemasaran *online* dan *offline* yang efektif, *brand* fesyen ini memiliki peluang pasar yang menjanjikan untuk dikembangkan secara lebih luas ke depannya.

4.2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis membahas tentang kesiapan fasilitas produksi yang akan dibangun, termasuk luas bangunan, denah *layout*, alur produksi, dan kebutuhan peralatan. Karena fokus produksi awal adalah pada kaos dan celana, maka alur proses produksi serta peralatan produksinya disesuaikan dengan kedua produk tersebut. Analisis ini bertujuan untuk memastikan efisiensi, kelancaran, dan keberlanjutan proses produksi internal.

1. Lokasi Usaha

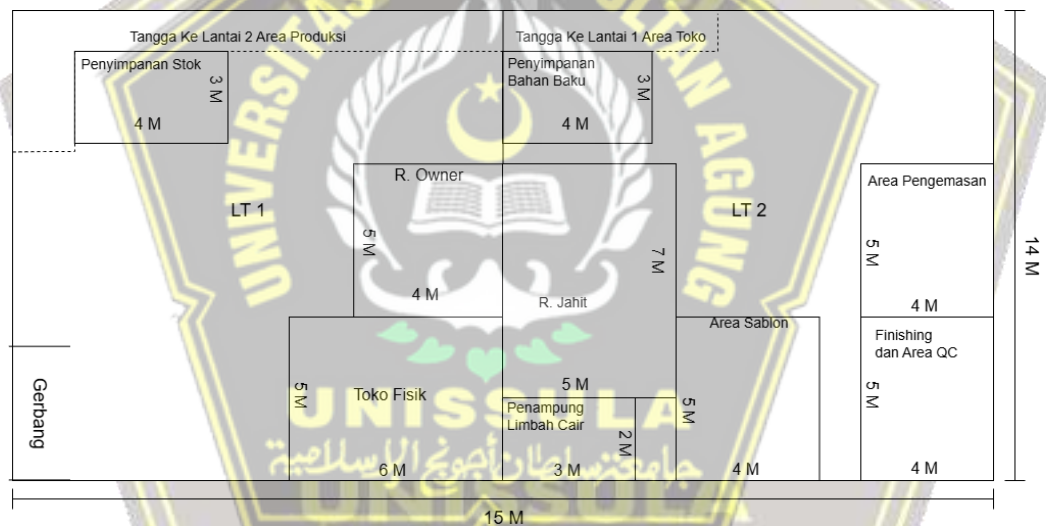
Brand fesyen “Kugle” berencana mengembangkan fasilitas produksi mandiri yang berlokasi di Jalan Taman Udan Riris II No.18, Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Lokasi ini dinilai strategis karena berada di lingkungan pemukiman padat, dekat dengan pusat aktivitas komersial, serta memiliki potensi akses pasar langsung yang luas. Dengan pertumbuhan kawasan Tlogosari sebagai salah satu wilayah berkembang di Kota Semarang, lokasi ini menawarkan peluang besar bagi “Kugle” untuk memperkuat distribusi dan meningkatkan efisiensi produksi. Dari sisi infrastruktur, area tersebut telah dilengkapi dengan akses listrik dan air bersih yang stabil, mendukung keberlangsungan proses produksi konveksi tanpa hambatan. Letaknya yang dekat dengan jalan utama dan jalur transportasi umum juga mempermudah distribusi produk ke konsumen serta memfasilitasi mobilitas karyawan. Lingkungan sekitarnya juga memiliki ketersediaan tenaga kerja lokal, yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha ke depan.

Dengan mempertimbangkan faktor lokasi, infrastruktur, dan potensi sumber daya manusia, lokasi ini dinilai cukup mendukung secara teknis untuk mendirikan fasilitas produksi skala kecil hingga menengah. Hal ini menjadi salah satu dasar perencanaan pembangunan fasilitas produksi dalam satu bangunan, di mana lantai pertama difungsikan sebagai toko fisik dan penyimpanan stok, sedangkan lantai

kedua digunakan sebagai area produksi kaos dan celana.

2. *Layout*

Secara keseluruhan, luas bangunan yang direncanakan untuk fasilitas usaha brand fesyen “Kugle” adalah sekitar 210 meter persegi, terdiri dari dua lantai dengan fungsi berbeda. Dimana lantai pertama yang sudah digunakan sebagai toko fisik yang berfungsi untuk melayani pelanggan secara langsung, sekaligus sebagai ruang penyimpanan stok produk yang siap dijual. Lantai kedua direncanakan sebagai area produksi, yang mencakup seluruh tahapan proses pembuatan kaos dan celana, mulai dari pemotongan kain, penjahitan, penyablonan, hingga finishing dan pengemasan. Pembagian fungsi ruang ini dirancang untuk memaksimalkan efisiensi operasional, memisahkan area pelayanan konsumen dengan area produksi, serta memastikan alur kerja yang teratur dan terkontrol.

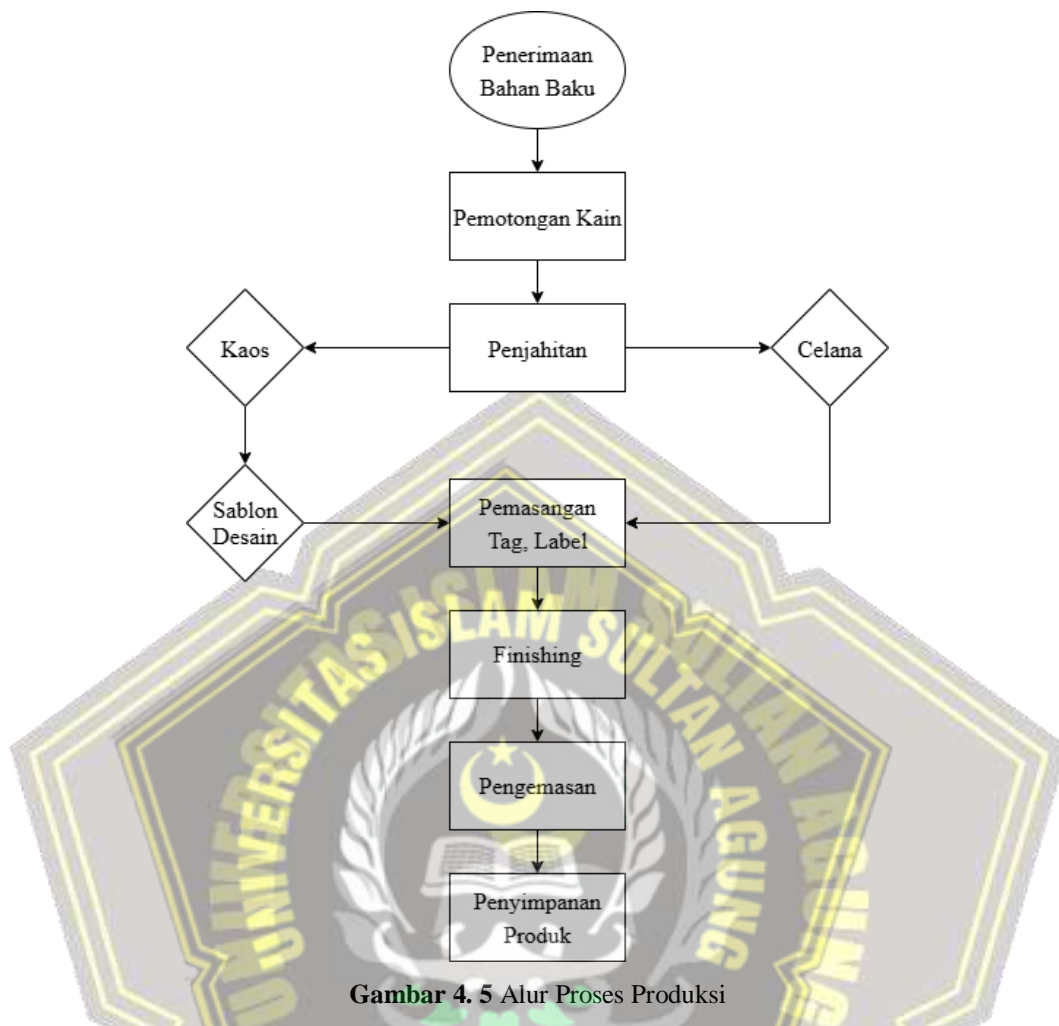


Gambar 4. 4 *Layout*

3. **Proses Produksi Dan Kapasitas Riil**

Kapasitas produksi awal yang direncanakan adalah 200 pcs kaos dan 200 pcs celana per bulan. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat mengenai kapasitas produksi riil dari fasilitas konveksi mandiri, analisis lebih lanjut dilakukan dengan mempertimbangkan alur proses dan komposisi tim produksi yang telah direncanakan. Berikut ini adalah alur proses produksi jika pendirian tempat produksi mandiri (konveksi) layak dilakukan.

A. **Alur Proses Produksi**



Gambar 4.5 Alur Proses Produksi

Adapun penjelasannya sebagai berikut.

1. Penerimaan Bahan Baku

Proses ini mencakup pengadaan bahan utama seperti kain, benang, tag dan label, serta bahan tambahan lainnya. Pemilihan bahan dilakukan dengan memperhatikan kualitas agar produk yang dihasilkan memenuhi standar perusahaan. Pemeriksaan bahan juga dilakukan untuk memastikan tidak ada cacat pada kain sebelum proses produksi dimulai.

2. Pemotongan Kain

Setelah bahan baku diterima, tahap selanjutnya adalah pemotongan kain sesuai pola yang telah ditentukan untuk kaos dan celana. Proses ini menggunakan pola standar yang disesuaikan dengan ukuran produk (S, M, L, XL). Ketelitian pada tahap ini penting agar tidak terjadi pemborosan bahan.

3. Penjahitan

Potongan kain kemudian dijahit sesuai dengan desain produk. Tahapan ini meliputi penyatuan potongan kain hingga membentuk kaos atau celana sesuai spesifikasi. Penjahitan harus dilakukan dengan rapi agar tidak ada benang yang terlepas dan hasil akhir terlihat presisi.

4. Sablon Kaos

Untuk produk kaos, dilakukan proses sablon sesuai dengan desain yang telah direncanakan dan dirancang oleh desainer lokal. Proses sablon dilakukan setelah kaos selesai dijahit, menggunakan tinta dan peralatan yang sesuai agar hasil sablon tidak mudah luntur.

5. Pemasangan Tag dan Label

Setelah penjahitan dan sablon untuk kaos selesai, dilakukan pemasangan aksesoris seperti tag merek dan label ukuran pada produk. Pemasangan aksesoris ini dilakukan agar produk siap dipasarkan secara profesional.

6. *Finishing*

Pada tahap ini, produk yang telah jadi akan melalui proses pemeriksaan kualitas atau *Quality Control* (QC) untuk memastikan tidak ada cacat jahitan atau sablon. Setelah lolos pemeriksaan, produk disetrika agar rapi sebelum masuk ke tahap pengemasan.

7. Pengemasan

Produk yang telah melalui tahap QC dikemas menggunakan plastik atau kemasan khusus dengan label merek “Kugle”. Proses ini bertujuan menjaga kualitas produk selama penyimpanan dan pengiriman.

8. Penyimpanan Produk Jadi

Produk yang sudah dikemas disimpan di ruang penyimpanan sebelum didistribusikan ke toko fisik atau dipasarkan melalui *e-commerce*.

B. Perhitungan Kapasitas Riil

Perhitungan kapasitas produksi riil fasilitas konveksi mandiri ini didasarkan pada konsep teori *bottleneck*, di mana kapasitas produksi total ditentukan oleh tahapan paling lambat dalam alur proses. Berdasarkan komposisi tim produksi yang terdiri dari 2 penjahit, 1 operator sablon, dan 1 bagian finishing dan pengemasan,

tahapan penjahitan diidentifikasi sebagai *bottleneck*.

- Asumsi Dasar

Jumlah tenaga kerja pada tahapan *bottleneck* (penjahitan) adalah 2 orang. Estimasi produktivitas per penjahit adalah 15 produk per hari (berdasarkan rata-rata standar industri untuk produk sejenis). Jumlah hari kerja efektif per bulan adalah 25 hari.

- Kapasitas Harian

$$\begin{aligned}\text{Kapasitas Harian} &= \text{Jumlah tenaga kerja penjahit} + \text{Produktivitas per hari} \\ &= 2 \text{ orang} \times 15 \text{ produk/hari} \\ &= 30 \text{ produk/hari}\end{aligned}$$

- Kapasitas Bulanan

$$\begin{aligned}\text{Kapasitas Bulanan} &= \text{Kapasitas Harian} + \text{Jumlah hari kerja per bulan} \\ &= 30 \text{ produk/hari} \times 25 \text{ hari} \\ &= 750 \text{ produk/bulan}\end{aligned}$$

4. Rencana Peralatan Produksi

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. Rencana peralatan produksi dapat dilihat pada Tabel 4.4. Berdasarkan analisa pada aspek teknis untuk pendirian tempat produksi mandiri ini dapat dikatakan layak, hal ini dilihat dari kesiapan *brand* fesyen “Kugle” dari segi lokasi yang strategis, peralatan yang

dibutuhkan serta alur proses produksi yang sudah jelas.

4.2.3 Aspek Finansial

Aspek finansial bertujuan untuk menilai kelayakan dari segi biaya dan keuntungan dalam rencana pengembangan fasilitas produksi. Analisis ini mencakup perhitungan profitabilitas operasional saat ini, biaya investasi awal, estimasi biaya operasional, dan proyeksi pendapatan dari penjualan kaos dan celana. Selanjutnya, dilakukan evaluasi kelayakan finansial menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP).

1. Keuntungan Saat Ini

Untuk memahami kinerja finansial *brand* fesyen “Kugle” sebelum pengembangan produksi mandiri, dilakukan analisis profitabilitas operasional saat ini. Perhitungan ini memberikan gambaran mengenai pendapatan, biaya, serta margin keuntungan yang diperoleh dari aktivitas penjualan kaos dan celana yang seluruh proses produksinya masih bergantung pada vendor pihak ketiga. Data yang digunakan mencakup rata-rata jumlah penjualan per bulan, harga jual per produk, dan total biaya operasional bulanan yang telah mencakup biaya produksi vendor.

▪ Pendapatan Bulanan

Tabel 4.18 Pendapatan Bulanan

Produk	Rata-rata Penjualan	Harga Jual
Kaos	145	Rp. 130.000,-
Celana	159	Rp. 95.000,-

Pendapatan Kaos = $145 \times \text{Rp. } 130.000 = \text{Rp. } 18.850.000,-$

Pendapatan Celana = $159 \times \text{Rp. } 95.000 = \text{Rp. } 15.105.000,-$

Total Pendapatan = $\text{Rp. } 18.850.000 + \text{Rp. } 15.105.000 = \text{Rp. } 33.955.000$

Pendapatan bulanan *brand* fesyen “Kugle” saat ini sebesar Rp. 33.955.000/bulan

▪ Pendapatan Tahunan

Perhitungan ini didapatkan dari total pendapatan bulanan saat ini dikalikan dengan total periode selama satu tahun yaitu 12 bulan.

Pendapatan tahunan = Total pendapatan bulanan $\times 12$

= $\text{Rp. } 33.955.000 \times 12$

= $\text{Rp. } 407.460.000/\text{tahun}$

▪ Laba Bersih

Analisis ini bertujuan mengukur kinerja finansial “Kugle” pada kondisi operasional saat ini melalui perhitungan laba bersih tahunan. Perhitungan tersebut membandingkan total pendapatan penjualan dengan total biaya operasional, termasuk biaya produksi vendor dan pengeluaran lainnya, untuk mengevaluasi tingkat profitabilitas dan menjadi dasar penilaian kelayakan finansial sebelum pengembangan kapasitas produksi di masa mendatang. Untuk total biaya operasional kondisi saat ini dapat dilihat pada Tabel 4.6.

$$\begin{aligned}\text{Laba Bersih} &= \text{Pendapatan Tahunan} - \text{Total Biaya Operasional Tahunan} \\ &= \text{Rp. 407.460.000} - \text{Rp. 214.740.000} = \text{Rp. 192.720.000}\end{aligned}$$

Berdasarkan analisis dan perhitungan diatas, maka laba bersih yang diperoleh *brand* fesyen “Kugle” saat ini sebesar Rp. 192.720.000/tahun

▪ Margin Keuntungan

Margin keuntungan bersih berfungsi sebagai tolak ukur efisiensi operasional dan kemampuan pengelolaan biaya, yang dihitung untuk mengukur persentase laba bersih dari total pendapatan. Perhitungan ini menjadi acuan vital dalam menilai kelayakan finansial, khususnya dalam perencanaan ekspansi dan pengembangan fasilitas produksi di masa mendatang.

$$\begin{aligned}\text{Margin} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 192.720.000}}{\text{Rp. 407.460.000}} \times 100\% = 47,29\%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan, margin keuntungan yang diperoleh *brand* fesyen “Kugle” adalah sebesar 47,29%. Berikut ini adalah tabel perhitungan keuntungan yang diperoleh saat ini.

Tabel 4.19 Keuntungan saat ini

Komponen	Kaos (145 pcs)	Celana (159 pcs)	Total
Pendapatan Bulanan	Rp. 18.850.000	Rp. 15.105.000	Rp. 33.955.000
Biaya Operasional Bulanan			Rp. 17.895.000
Laba Bersih Bulanan			Rp. 16.060.000
Laba Bersih Tahunan = Laba Bersih Bulanan x 12			Rp. 192.720.000
Margin Keuntungan			47,29%

Berdasarkan tabel keuntungan saat ini, rata-rata penjualan bulanan *brand* “Kugle” menghasilkan total pendapatan sebesar Rp. 33.955.000 Dengan total biaya

operasional (termasuk biaya produksi) sebesar Rp. 17.895.000, diperoleh laba bersih sebesar Rp. 16.060.000 per bulan. Hal ini menunjukkan margin keuntungan bersih mencapai 47,29%, yang tergolong tinggi untuk usaha fesyen ritel. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kinerja keuangan saat ini berada pada kategori layak untuk diteruskan dan memiliki potensi untuk dikembangkan, terutama apabila strategi pemasaran dan kapasitas produksi ditingkatkan.

2. Kebutuhan Produksi

Tabel estimasi biaya yang berkaitan dengan kebutuhan peralatan produksi yang diperlukan dalam proses pembuatan pakaian, khususnya produk kaos dan celana dapat dilihat pada Tabel 4.7. Untuk mendukung operasional fasilitas produksi mandiri, diperlukan estimasi biaya operasional atau biaya modal kerja bulanan secara terstruktur. Komponen biaya mencakup pengeluaran rutin seperti bahan baku, upah tenaga kerja, listrik, air, serta penyusutan aset tetap. Estimasi ini bertujuan memberikan gambaran kebutuhan anggaran bulanan dalam menunjang keberlangsungan produksi kaos dan celana pada *brand* fesyen “Kugle”.

Tabel 4.20 Estimasi Biaya Modal Kerja

No	Komponen Biaya	Volume/Bulan	Biaya Satuan	Total Biaya
A	Biaya Tetap			
1	Upah Tenaga Kerja (25 hari)	5 orang	Rp. 100.000,-	Rp. 12.500.000
Total Biaya Tetap				Rp. 12.500.000
B	Biaya Lainnya			
1	Listrik, Air, dsb			Rp. 600.000
2	Desain Kaos	4 desain	Rp. 200.000,-	Rp. 800.000
3	Stiker	1 pack	Rp. 150.000,-	Rp. 150.000
4	Packaging Produk	750 pcs	Rp. 700,-	Rp. 525.000
Total Biaya Lainnya				Rp. 2.075.000
Total Estimasi Biaya Modal Kerja = Total Biaya Tetap + Total Biaya Lainnya				Rp. 14.575.000

Tabel 4.21 Biaya Bahan Baku

No	Komponen Biaya	Volume/Bulan	Biaya Satuan	Total Biaya
A	Biaya Bahan Baku			
1	Kain Kaos Cotton Combed	6 roll	Rp. 2.600.000,-	Rp. 15.600.000,-
2	Benang 1 pack isi 12	4 pack	Rp. 25.000,-	Rp. 100.000,-
3	Tag Label 1 pack isi 200 pcs	4 pack	Rp. 5.000,-	Rp. 20.000,-
4	Tinta Sablon	4 kg	Rp. 85.000,-	Rp. 340.000,-
5	Kain Celana	4 roll	Rp. 1.700.000,-	Rp. 6.800.000,-
6	Kancing 1 pack isi 144 pcs	9 pack	Rp. 15.000,-	Rp. 135.000,-
Total Biaya Bahan Baku				Rp. 22.995.000

Dalam perhitungan ini, diasumsikan harga bahan baku tetap setara dengan harga per Agustus 2025. Selain itu, metode penyusutan yang digunakan adalah Metode Garis Lurus atau *Straight Line Method*. Berikut adalah rincian perhitungan depresiasinya.

- Penyusutan Mesin Jahit High Speed (2 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 2.500.000

Nilai sisa per satuan Rp. 2.500.000 x 2 (kuantitas) = Rp. 5.000.000

Umur Ekonomis = 5 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.5.000.000}}{5 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 1.000.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 1.000.000 / tahun untuk 2 unit mesin jahit high speed.

- Penyusutan Mesin Overlock (2 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 2.850.000

Nilai sisa per satuan Rp. 2.850.000 x 2 (kuantitas) = Rp. 5.700.000

Umur Ekonomis = 5 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.5.700.000}}{5 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 1.140.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 1.140.000 / tahun untuk 2 unit mesin overlock.

- Penyusutan Meja Potong (1 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 1.600.000

Nilai sisa per satuan Rp. 1.600.000 x 1 (kuantitas) = Rp. 1.600.000

Umur Ekonomis = 4 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.1.600.000}}{4 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 400.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 400.000 / tahun untuk 1 unit meja potong.

- Penyusutan Mesin Potong Kain (1 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 565.000

Nilai sisa per satuan Rp. 565.000 x 1 (kuantitas) = Rp. 565.000

Umur Ekonomis = 5 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.565.000}}{5 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 113.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 113.000 / tahun untuk 1 unit mesin potong kain.

- Penyusutan Gunting Kain (1 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 15.000

Nilai sisa per satuan Rp. 15.000 x 1 (kuantitas) = Rp. 15.000

Umur Ekonomis = 1 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.15.000}}{1 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 15.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 15.000 / tahun untuk 1 unit gunting kain.

- Penyusutan Setrika Uap (1 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 120.000

Nilai sisa per satuan Rp. 120.000 x 1 (kuantitas) = Rp. 120.000

Umur Ekonomis = 5 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.120.000}}{5 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 24.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 24.000 / tahun untuk 1 unit setrika uap.

- Penyusutan Peralatan Sablon (4 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 160.000

Nilai sisa per satuan Rp. 160.000 x 4 (kuantitas) = Rp. 640.000

Umur Ekonomis = 1 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.640.000}}{1 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 640.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 640.000 / tahun untuk 4 unit peralatan sablon.

▪ Penyusutan Meja Sablon (4 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 500.000

Nilai sisa per satuan Rp. 500.000 x 4 (kuantitas) = Rp. 2.000.000

Umur Ekonomis = 4 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.2.000.000}}{4 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 500.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 500.000 / tahun untuk 4 unit meja sablon.

▪ Penyusutan Kursi dan Meja Kerja (1 unit)

Diketahui harga satuan = Rp. 200.000

Nilai sisa per satuan Rp. 200.000 x 1 (kuantitas) = Rp. 200.000

Umur Ekonomis = 4 Tahun

Nilai penyusutan setiap tahun adalah :

$$Dt = \frac{\text{Rp.200.000}}{4 \text{ Tahun}} = \text{Rp. 50.000 / tahun}$$

Jadi besarnya penyusutan tiap tahun selama umur ekonomis adalah Rp. 50.000 / tahun untuk 1 unit kursi dan meja kerja.

Tabel 4.22 Rekapitulasi Depresiasi

No	Item	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Harga Total (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan Pertahun (Rp)
1	Mesin Jahit High Speed	2	2.500.000	5.000.000	5 Tahun	1.000.000
2	Mesin Overlock	2	2.850.000	5.700.000	5 Tahun	1.140.000
3	Meja Potong	1	1.600.000	1.600.000	4 Tahun	400.000
4	Mesin Potong Kain	1	565.000	565.000	5 Tahun	113.000
5	Gunting Kain	1	15.000	15.000	1 Tahun	15.000
6	Setrika Uap	1	120.000	120.000	5 Tahun	24.000
7	Peralatan Sablon	4	160.000	640.000	1 Tahun	640.000
8	Meja Sablon	4	500.000	2.000.000	4 Tahun	500.000
9	Kursi dan Meja Kerja	1	200.000	200.000	4 Tahun	50.000
Total						3.882.000

Untuk perhitungan depresiasi, diasumsikan nilai sisa peralatan adalah sebesar 10% dari harga perolehan. Asumsi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa aset-aset

produksi, meskipun telah mencapai akhir masa manfaatnya, masih memiliki nilai jual yang signifikan di pasar barang bekas atau sebagai suku cadang.

Tabel 4.23 Rekapitulasi Nilai Sisa

No	Item	Harga Normal (Rp) (10%)	Nilai Sisa (Rp)
1	Mesin Jahit High Speed	5.000.000	500.000
2	Mesin Overlock	5.700.000	570.000
3	Meja Potong	1.600.000	160.000
4	Mesin Potong Kain	565.000	56.500
5	Gunting Kain	15.000	1.500
6	Setrika Uap	120.000	12.000
7	Peralatan Sablon	640.000	64.000
8	Meja Sablon	2.000.000	200.000
9	Kursi dan Meja Kerja	200.000	20.000
Total			1.584.000

Besarnya nilai sisa ekonomis dari semua peralatan yaitu Rp. 1.584.000

3. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Berikut ini adalah perhitungan harga pokok produksi (HPP) untuk mengetahui keuntungan pada produk kaos dan celana.

- HPP Produk Kaos

- Biaya Tenaga Kerja

Produksi bulanan kaos = 400 pcs

Upah Tenaga Kerja harian = Rp. 100.000.

Biaya Tenaga Kerja per kaos = $\frac{\text{Upah Tenaga Kerja harian}}{\text{Produksi Bulanan Kaos}}$

Biaya Tenaga Kerja per kaos = $\frac{\text{Rp.100.000}}{400}$

Biaya Tenaga Kerja per kaos = Rp. 250

- Biaya Bahan Baku

Harga kain 6 roll = Rp. 15.600.000

Kain 6 roll = 400 kaos

Biaya kain per kaos = $\frac{\text{Biaya 6 roll kain}}{\text{Jumlah kaos}}$

Biaya kain per kaos = $\frac{\text{Rp.15.600.000}}{400}$

Biaya kain per kaos = Rp. 39.000

- Harga benang 2 pack = Rp. 50.000

Benang 2 pack = 400 kaos

$$\text{Biaya benang per kaos} = \frac{\text{Biaya 2 pack benang}}{\text{Jumlah kaos}}$$

$$\text{Biaya benang per kaos} = \frac{\text{Rp. 50.000}}{400}$$

Biaya benang per kaos = Rp. 125

- Harga tag label 2 pack = Rp. 10.000

Tag label 2 pack = 400 kaos

$$\text{Biaya tag label per kaos} = \frac{\text{Biaya 2 pack tag label}}{\text{Jumlah kaos}}$$

$$\text{Biaya tag label per kaos} = \frac{\text{Rp. 10.000}}{400}$$

Biaya tag label per kaos = Rp. 25

- Harga tinta sablon 4 kg = Rp. 340.000

Tinta sablon 4 kg = 400 kaos

$$\text{Biaya tinta sablon per kaos} = \frac{\text{Biaya 4 kg tinta sablon}}{\text{Jumlah kaos}}$$

$$\text{Biaya tinta sablon per kaos} = \frac{\text{Rp. 340.000}}{400}$$

Biaya tinta sablon per kaos = Rp. 850

- Biaya Desain

Harga 4 desain = Rp. 800.000

4 desain = 400 kaos

$$\text{Biaya desain per kaos} = \frac{\text{Biaya 4 desain}}{\text{Jumlah kaos}}$$

$$\text{Biaya desain per kaos} = \frac{\text{Rp. 800.000}}{400}$$

Biaya desain per kaos = Rp. 2.000

- Biaya Penyusutan

$$\text{Biaya penyusutan tahunan kaos} = \frac{\text{Total penyusutan peralatan}}{\text{Jumlah produksi tahunan kaos}}$$

$$\text{Biaya penyusutan tahunan kaos} = \frac{\text{Rp. 3.882.000}}{4800}$$

Biaya penyusutan tahunan kaos = Rp. 808

Berikut ini adalah rekapitulasi perhitungan harga pokok produksi kaos.

$$\begin{aligned}
 \text{HPP} &= \text{Biaya tenaga kerja} + \text{Biaya kain} + \text{Biaya benang} + \text{Biaya tag} \\
 &\quad \text{label} + \text{Biaya tinta sablon} + \text{Biaya desain} + \text{Biaya Penyusutan} \\
 &= \text{Rp. 250} + \text{Rp. 39.000} + \text{Rp. 125} + \text{Rp. 25} + \text{Rp. 850} + \text{Rp. 2.000} \\
 &\quad + \text{Rp. 808} \\
 &= \text{Rp. 43.058} \\
 \text{Keuntungan} &= \text{Rp. 130.000} - \text{Rp. 43.058} \\
 &= \text{Rp. 86.942}
 \end{aligned}$$

Komponen HPP kaos terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya kain, biaya benang, biaya tag label, biaya tinta sablon, biaya desain, dan biaya penyusutan peralatan. Seluruh biaya tersebut dihitung untuk memperoleh nilai HPP per pcs produk kaos. Berdasarkan hasil perhitungan, HPP kaos adalah sebesar Rp. 43.058 per pcs. Dengan harga jual sebesar Rp. 130.000 per pcs, produk kaos masih memberikan keuntungan yang layak bagi usaha, yaitu sebesar Rp. 86.942 per pcs.

- HPP Produk Celana

- Biaya Tenaga Kerja

Produksi bulanan celana = 350 pcs

Upah Tenaga Kerja harian = Rp. 100.000.

Biaya Tenaga Kerja per celana = $\frac{\text{Upah Tenaga Kerja harian}}{\text{Produksi Bulanan Celana}}$

Biaya Tenaga Kerja per celana = $\frac{\text{Rp.100.000}}{350}$

Biaya Tenaga Kerja per celana = Rp. 286

- Biaya Bahan Baku

Harga kain 4 roll = Rp. 6.800.000

Kain 4 roll = 350 celana

Biaya kain per celana = $\frac{\text{Biaya 4 roll kain}}{\text{Jumlah celana}}$

Biaya kain per celana = $\frac{\text{Rp.6.800.000}}{350}$

Biaya kain per celana = Rp. 19.428

- Harga benang 2 pack = Rp. 50.000

Benang 2 pack = 350 celana

Biaya benang per celana = $\frac{\text{Biaya 2 pack benang}}{\text{Jumlah celana}}$

$$\text{Biaya benang per celana} = \frac{\text{Rp. 50.000}}{350}$$

$$\text{Biaya benang per celana} = \text{Rp. 143}$$

- Harga tag label 2 pack = Rp. 10.000

$$\text{Tag label 2 pack} = 350 \text{ celana}$$

$$\text{Biaya tag label per celana} = \frac{\text{Biaya 2 pack tag label}}{\text{Jumlah celana}}$$

$$\text{Biaya tag label per celana} = \frac{\text{Rp. 10.000}}{350}$$

$$\text{Biaya tag label per celana} = \text{Rp. 29}$$

- Harga kancing 9 pack = Rp. 135.000

$$\text{Kancing 9 pack} = 350 \text{ celana}$$

$$\text{Biaya kancing per celana} = \frac{\text{Biaya 9 pack kancing}}{\text{Jumlah celana}}$$

$$\text{Biaya kancing per celana} = \frac{\text{Rp. 135.000}}{350}$$

$$\text{Biaya kancing per celana} = \text{Rp. 386}$$

- Biaya Penyusutan

$$\text{Biaya penyusutan tahunan celana} = \frac{\text{Total penyusutan peralatan}}{\text{Jumlah produksi tahunan celana}}$$

$$\text{Biaya penyusutan tahunan celana} = \frac{\text{Rp. 3.882.000}}{4200}$$

$$\text{Biaya penyusutan tahunan celana} = \text{Rp. 924}$$

Berikut ini adalah rekapitulasi perhitungan harga pokok produksi celana.

$$\text{HPP} = \text{Biaya tenaga kerja} + \text{Biaya kain} + \text{Biaya benang} + \text{Biaya tag label} + \text{Biaya kancing} + \text{Biaya Penyusutan}$$

$$\text{HPP} = \text{Rp. 286} + \text{Rp. 19.428} + \text{Rp. 143} + \text{Rp. 29} + \text{Rp. 386} + \text{Rp. 924}$$

$$\text{HPP} = \text{Rp. 21.196}$$

$$\text{Keuntungan} = \text{Rp. 95.000} - \text{Rp. 21.196}$$

$$= \text{Rp. 73.804}$$

Komponen HPP celana terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya kain, biaya benang, biaya tag label, biaya kancing, serta biaya penyusutan peralatan. Seluruh biaya tersebut dihitung untuk memperoleh nilai HPP per pcs produk celana. Berdasarkan hasil perhitungan, HPP celana adalah sebesar Rp. 21.196 per pcs. Dengan harga jual sebesar Rp. 95.000 per pcs, produk celana memberikan keuntungan yang layak

bagi usaha, yaitu sebesar Rp. 73.804 per pcs.

4. Keuntungan Penjualan

Berikut ini merupakan perhitungan keuntungan dari usaha fesyen adalah sebagai berikut.

A. Keuntungan produk kaos

Diketahui :

Harga Jual per kaos = Rp. 130.000

Harga Pokok Produksi (HPP) per kaos = Rp. 43.058

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan per kaos} &= \text{Harga Jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp. 130.000} - \text{Rp. 43.058} \\ &= \text{Rp. 86.942/kaos}\end{aligned}$$

Keuntungan per bulan

Diketahui :

Asumsi penjualan/bulan = 250 kaos

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan/bulan} &= \text{Keuntungan per kaos} \times \text{Rata-rata penjualan/bulan} \\ &= \text{Rp. 86.942} \times 250 \\ &= \text{Rp. 21.735.500/bulan}\end{aligned}$$

Keuntungan per tahun

Diketahui :

Asumsi penjualan/tahun = 250 x 12 bulan
= 3.000 kaos

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan tahunan} &= \text{Keuntungan per kaos} \times \text{Asumsi penjualan/tahun} \\ &= \text{Rp. 86.942} \times 3.000 \\ &= \text{Rp. 260.826.000/tahun}\end{aligned}$$

B. Keuntungan produk celana

Diketahui :

Harga Jual per celana = Rp. 95.000

Harga Pokok Produksi (HPP) per celana = Rp. 21.196

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan per celana} &= \text{Harga Jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp. 95.000} - \text{Rp. 21.196} \\ &= \text{Rp. 73.804/celana}\end{aligned}$$

Keuntungan per bulan

Diketahui :

Asumsi penjualan/bulan = 250 celana

Keuntungan per bulan = Keuntungan per celana x Produksi per bulan

$$= \text{Rp. } 73.804 \times 250$$

$$= \text{Rp. } 18.451.000/\text{bulan}$$

Keuntungan per tahun

Diketahui :

Asumsi penjualan/tahun = 250 x 12 bulan

$$= 3.000 \text{ celana}$$

Keuntungan tahunan = Keuntungan per celana x Rata-rata penjualan/tahun

$$= \text{Rp. } 73.804 \times 3.000$$

$$= \text{Rp. } 221.412.000/\text{tahun}$$

Maka keuntungan bersih dari kedua produk fesyen “Kugle” adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan bersih} &= \text{Keuntungan tahunan kaos} + \text{keuntungan tahunan celana} - \\ &\quad \text{total modal awal (investasi peralatan, dan modal kerja)} \\ &= \text{Rp. } 260.826.000 + \text{Rp. } 221.412.000 - \text{Rp. } 190.740.000 \\ &= \text{Rp. } 482.238.000 - \text{Rp. } 190.740.000 \\ &= \text{Rp. } 291.498.000/\text{tahun} \end{aligned}$$

5. Kriteria Penilaian Investasi

Dari yang diperoleh selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan metode penilaian investasi. Metode digunakan adalah *Net Present Value*.

1. Metode *Net Present Value*

Dalam suatu penilaian investasi, untuk menilai layak atau tidaknya suatu investasi digunakan beberapa metode penilaian keputusan investasi diantaranya adalah *Net Present Value* (NPV). Berdasarkan data Bank Indonesia pada 5 Maret 2025, suku bunga *Deposit Facility* ditetapkan sebesar 5,00%. Tingkat suku bunga inilah yang digunakan untuk menghitung nilai sekarang (PV) dari aliran kas bersih. Dengan menggunakan rumus *discount factor* (DF) $1/(1+5\%)^1$, maka diperoleh DF = 0.9524. Perhitungan ini kemudian diaplikasikan untuk mendiskontokan arus kas bersih, seperti yang tertera pada tabel berikut.

Tabel 4.24 Metode *Net Present Value*

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 $NPV \geq 0$ ini menunjukkan bahwa proyek pengembangan usaha secara finansial layak untuk dilaksanakan karena diharapkan mampu memberikan keuntungan bersih setelah memperhitungkan biaya investasi awal.

2. Metode *Internal Rate of Return*

Metode ini digunakan untuk menemukan tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas bersih di masa depan dengan investasi awal. Dikarenakan nilai MARR yang digunakan atau suku bunga yang digunakan adalah 5%, maka untuk nilai IRR nya dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.25 Metode *Internal Rate of Return*

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.

3. Metode *Payback Period*

Metode Payback Period digunakan untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan agar modal investasi awal pada usaha “Kugle” dapat kembali sepenuhnya. Perhitungan ini didasarkan pada aliran kas bersih yang diterima setiap tahun. Periode pengembalian investasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.26 Metode *Payback Period*

Payback Period	
Total Investasi / Keuntungan	0,6543

$$PP = \frac{190.740.000}{291.498.000} = 0,6543$$

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.

4.2.4 Aspek Hukum

Analisis pada aspek hukum bertujuan untuk meninjau kelengkapan legalitas usaha dan potensi hambatan administratif yang mungkin timbul dalam proses pengembangan fasilitas produksi. Pada tahap ini, akan dikaji dokumen perizinan seperti izin usaha, serta status perlindungan merek (HAKI), dan dokumen pendukung lainnya. Meskipun beberapa dokumen masih dalam proses pengurusan, kondisi ini tetap perlu dipertimbangkan agar pengembangan usaha tidak terhambat secara hukum di kemudian hari.

1. Status Legalitas Usaha

Saat ini, *brand* fesyen “Kugle” masih dalam proses pengurusan Izin Usaha dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk merek dagangnya. Kedua dokumen ini krusial untuk menjamin keberlangsungan dan perlindungan hukum terhadap kegiatan operasional, terutama dalam menjaga eksklusivitas merek, mencegah penggunaan tanpa izin oleh pihak lain, serta memperoleh perlindungan hukum untuk melakukan kegiatan komersial secara resmi. Berdasarkan hal ini, maka aspek legalitas masih tergolong belum sepenuhnya terpenuhi, sehingga perlu mendapat perhatian khusus agar tidak menjadi hambatan saat pengembangan usaha berjalan. Keterlambatan dalam pengurusan izin dapat berisiko pada penutupan usaha, pembekuan aktivitas, atau kendala saat menjalin kerja sama bisnis secara formal.

2. Kepatuhan Pajak

Dalam aspek perpajakan, usaha “Kugle” telah melaksanakan kewajiban perpajakan secara rutin dan tidak terdapat permasalahan administratif. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fiskal telah dijalankan dengan baik dan dapat mendukung legalitas usaha dari sisi perpajakan. Kepatuhan pajak menjadi tolak ukur positif dalam menilai tata kelola administrasi keuangan usaha.

3. Status Kepemilikan Lahan dan Bangunan

Rencana pengembangan fasilitas produksi akan didirikan satu bangunan dengan toko fisik dimana lahan dan bangunan tersebut milik sendiri (hak milik).

Kondisi ini merupakan keunggulan tersendiri karena mengurangi risiko sengketa lahan, menghindari beban sewa, serta memperkuat posisi legal usaha. Dengan status kepemilikan yang jelas, proses pengurusan izin lainnya dapat lebih mudah diproses. Berikut ini adalah tabel analisis dari segi aspek hukum.

Tabel 4.27 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 Pengurusan	Perlu segera diselesaikan sebelum operasional mandiri dilakukan
Hak Kekayaan Intelektual	Dalam Proses Pengurusan	Merek dagang sedang didaftarkan untuk melindungi identitas brand
Perpajakan	Rutin	Kewajiban perpajakan telah dipenuhi

Berdasarkan hasil analisis, pengembangan fasilitas produksi mandiri “Kugle” dinilai layak dari aspek hukum. Lokasi usaha berada di atas lahan dan bangunan milik sendiri, serta kewajiban perpajakan telah dijalankan sesuai regulasi. Meskipun izin usaha dan HAKI masih dalam proses pengurusan, pemilik usaha telah menunjukkan komitmen terhadap kepatuhan hukum. Dengan asumsi seluruh dokumen legal dapat diselesaikan tepat waktu, maka aspek hukum tidak menjadi penghambat pengembangan usaha ini. Dari analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari aspek hukum, pengembangan usaha “Kugle” dapat dinyatakan layak, dengan catatan penyelesaian dokumen legal menjadi prioritas.

4.2.5 Aspek Lingkungan

Meskipun saat ini “Kugle” belum memiliki proses produksi sendiri dan belum menghasilkan limbah, pengembangan fasilitas konveksi mendatang harus memperhatikan potensi pengaruh lingkungan. Oleh karena itu, dilakukan identifikasi potensi limbah seperti limbah potongan kain, debu serat tekstil, dan limbah domestik perusahaan. Rencana pengelolaan limbah dan upaya mitigasi disusun sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Tabel potensi limbah dapat dilihat pada yang akan ditimbulkan dapat dilihat pada Tabel 4.8, berikut adalah strategi pengelolaan limbah hasil produksinya.

Tabel 4.28 Strategi Pengelolaan Limbah

Jenis Limbah	Strategi Pengelolaan	Keterangan
Limbah Tekstil (Kain Perca)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daur ulang menjadi produk aksesoris 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan penyedot debu atau vacuum 2. Menyediakan ventilasi udara yang memadai 3. Memberikan pelindung pernapasan untuk operator 	Menjaga kualitas udara di ruang produksi
Limbah Domestik	<ol style="list-style-type: none"> 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

“Kugle” dinilai layak dari aspek lingkungan, selama pengembangan fasilitas produksinya menerapkan sistem pengelolaan limbah yang sesuai dan memperhatikan prinsip ramah lingkungan. Dalam analisis diatas dari segi aspek lingkungan, telah diidentifikasi berbagai potensi limbah yang dihasilkan dari proses produksi kaos dan celana. Analisis terhadap jenis, sumber, bentuk, dan dampak limbah dilakukan untuk merancang sistem pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Dengan rencana pengelolaan yang tepat, seperti pemilahan limbah tekstil, pengurangan plastik, serta pengendalian limbah cair dan debu, pengembangan fasilitas produksi “Kugle” dapat dikategorikan layak secara lingkungan.

4.2.6 Aspek Manajemen

Pada aspek manajemen dibahas struktur organisasi yang direncanakan, pembagian tugas antar divisi, serta kebutuhan tenaga kerja pada tahap awal pengembangan produksi. Saat ini seluruh aktivitas masih ditangani oleh pemilik usaha, namun seiring dengan direncanakannya produksi mandiri, akan dilakukan

rekrutmen staf operasional. Analisis ini penting untuk memastikan kesiapan sumber daya manusia dalam mendukung aktivitas bisnis yang lebih kompleks.

1. Aspek Manajerial

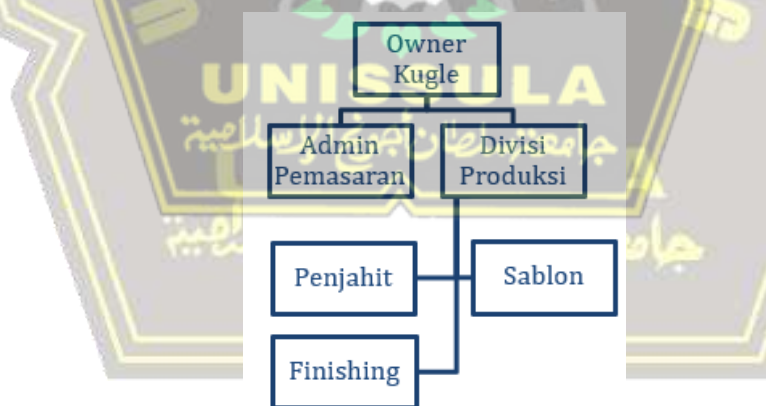
Berikut ini adalah tabel analisis kesenjangan aspek manajerial berdasarkan hasil data yang telah dikumpulkan.

Tabel 4.29 Analisis Aspek Manajerial

Aspek Manajerial	Kondisi Saat ini	Rencana Masa Depan	Keterangan
Struktur Organisasi	Belum ada struktur organisasi	Struktur organisasi fungsional direncanakan 2 divisi (produksi, dan pemasaran)	Menunjukkan perlunya pembagian wewenang dan tanggung jawab
Jumlah SDM	Hanya pemilik usaha	Direncanakan 5 tenaga kerja awal	Pekerja ahli di bidangnya
Pembagian Tugas	Seluruh tugas ditangani pemilik usaha	Pembagian berdasarkan divisi (produksi dan pemasaran)	Mendukung efisiensi kerja
Pengawasan	Tidak ada sistem kontrol produksi	Sistem kontrol internal dan penilaian kinerja	Untuk menjaga kualitas dan produktivitas
Pengelolaan Operasional	Manual dan terpusat	Direncanakan sistem semi terstruktur	Mengurangi risiko kelelahan dan kesalahan manusia

2. Struktur Organisasi

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



Gambar 4. 6 Struktur Organisasi

3. Fungsi Manajerial

Dalam perencanaan pengembangan fasilitas produksi mandiri, aspek manajemen menjadi elemen penting untuk memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan efektif dan efisien. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah penerapan fungsi-fungsi manajerial yang meliputi perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengawasan. Setiap fungsi tersebut memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan pengelolaan usaha, khususnya dalam proses produksi kaos dan celana yang menjadi fokus utama. Berikut ini merupakan rancangan fungsi manajerial yang direncanakan dalam pengembangan usaha “Kugle”.

Tabel 4.30 Fungsi Manajerial

Fungsi Manajerial	Tujuan	Implementasi
Perencanaan (Planning)	Menyusun rencana usaha jangka pendek dan panjang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan target produksi kaos dan celana per bulan 2. Merancang strategi promosi dan penjualan 3. Menyusun anggaran biaya produksi dan operasional
Pengorganisasian (Organizing)	Membentuk struktur organisasi dan membagi tugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun struktur organisasi 2. Menentukan tugas operator jahit, bagian pemotongan, finishing, dan penjualan 3. Menyusun jadwal kerja harian dan mingguan
Pengarahan (Directing)	Mengarahkan dan memotivasi tenaga kerja untuk mencapai target	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan briefing harian dan arahan kerja 2. Membangun komunikasi terbuka antar bagian 3. Memberikan pelatihan dasar keahlian teknis produksi
Pengkoordinasian (Coordinating)	Menyinkronkan seluruh kegiatan usaha agar berjalan efisien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyesuaikan jadwal produksi dengan stok bahan baku 2. Mengoordinasikan pengemasan dan distribusi dengan tim penjualan 3. Menjaga komunikasi antar bagian produksi dan toko
Pengawasan (Controlling)	Memastikan semua kegiatan berjalan sesuai standar dan target	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengevaluasi kualitas produk sebelum distribusi 2. Memantau penggunaan bahan baku dan waktu kerja 3. Mengevaluasi kinerja penjualan dan produksi bulanan

Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa saat ini pengelolaan usaha “Kugle” masih bersifat individu dan belum memiliki struktur organisasi formal. Seluruh

aktivitas operasional masih ditangani langsung oleh pemilik usaha, termasuk pelayanan pelanggan, pengelolaan toko, promosi digital, dan koordinasi produksi dengan vendor. Namun, dalam rencana pengembangan fasilitas produksi mandiri, telah disusun perencanaan manajerial yang komprehensif.

Dengan adanya rencana yang sistematis dan realistis terhadap fungsi-fungsi manajemen serta kesesuaian antara skala produksi dan kebutuhan organisasi, maka aspek manajemen dinyatakan layak. Struktur dan sistem yang dirancang dapat mendukung kelangsungan operasional serta efisiensi produksi, khususnya untuk tahap awal pengembangan konveksi pakaian kaos dan celana.

4.2.7 Perbandingan Kondisi

Perbandingan ini bertujuan untuk meninjau secara komprehensif perbedaan antara kondisi operasional *brand* “Kugle” saat ini yang bergantung pada vendor pihak ketiga dengan kondisi yang direncanakan setelah pendirian fasilitas produksi mandiri. Perbandingan ini dilakukan berdasarkan analisis dari enam aspek utama kelayakan usaha, berikut adalah tabel perbandingannya.

Tabel 4.31 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 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.	<i>Brand</i> 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 Kelayakan	Kondisi saat ini	Kondisi mandiri
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 <i>Payback Period</i> 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 Lingkungan	Tidak ada dampak lingkungan langsung dari operasional “Kugle” karena produksi masih di vendor.	<i>Brand</i> akan memiliki tanggung jawab langsung terhadap limbah yang dihasilkan, namun dengan adanya rencana pengelolaan limbah yang terperinci (daur ulang, penanganan limbah sablon, dll.), <i>brand</i> dapat beroperasi secara lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.
Aspek Manajemen	Pengelolaan usaha masih bersifat individual dan informal, dengan keterbatasan kontrol atas aktivitas produksi.	<i>Brand</i> 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.

Dari hasil perbandingan di atas, dapat disimpulkan bahwa transisi dari kondisi operasional saat ini ke pendirian fasilitas produksi mandiri menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dan menyeluruh. Meskipun kondisi saat ini sudah menguntungkan, model bisnis tersebut rentan terhadap risiko eksternal yang dapat mengganggu kinerja. Sebaliknya, kondisi mandiri akan mentransformasi *brand* “Kugle” menjadi entitas bisnis yang lebih kokoh dan stabil, dengan kontrol penuh terhadap kualitas, efisiensi biaya yang lebih tinggi, fondasi legal yang kuat, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Oleh karena itu, pengembangan fasilitas produksi mandiri adalah langkah strategis yang vital dan sangat layak untuk dilakukan.

4.3 Analisa dan Interpretasi

Berikut ini adalah bentuk analisa dari pengumpulan data dan pengolahan data aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek manajemen.

4.3.1 Aspek Pasar

Data penjualan kaos dan celana dari November 2024 hingga Juli 2025 menunjukkan tren penjualan yang cenderung meningkat. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa produk “Kugle” telah diterima dengan baik oleh pasar dan memiliki potensi pertumbuhan yang kuat. Meskipun terdapat fluktuasi, tren positif secara keseluruhan memberikan gambaran optimis tentang permintaan yang terus berkembang. Untuk memproyeksikan permintaan di masa mendatang, digunakan dua metode peramalan yang berbeda, yaitu *Moving Average* dan *Linier Regression*. Pemilihan metode terbaik untuk setiap produk didasarkan pada nilai kesalahan terkecil (MAD, MSE, dan MAPE), yang menunjukkan pendekatan metodologis untuk memprediksi permintaan. Hasil peramalan, yang menunjukkan angka penjualan yang konsisten naik hingga Desember 2025, memberikan gambaran potensi pertumbuhan yang konsisten, memperkuat asumsi bahwa permintaan pasar terhadap produk “Kugle” akan terus meningkat.

Analisis *segmentation, targeting, positioning brand* “Kugle” menunjukkan adanya pemahaman yang mendalam mengenai target pasar dan positioning merek yang kuat. *Segmentation* dilakukan secara komprehensif, mencakup aspek demografi (usia 17-30 tahun), geografi (perkotaan), psikografi (gaya hidup, hobi sepak bola dan musik), dan perilaku (sensitif terhadap kualitas dan desain). Segmentasi yang terperinci ini menjadi fondasi yang kokoh bagi strategi pemasaran. *Targeting* yang berfokus pada anak muda dengan minat spesifik memastikan bahwa upaya pemasaran akan menjangkau audiens yang relevan dan memiliki potensi daya beli. *Positioning* sebagai *brand* lokal yang berani, cepat, dan penuh keyakinan, dengan desain tematik yang unik berhasil menciptakan identitas merek yang berbeda dan kuat di benak konsumen, sehingga menumbuhkan loyalitas.

Bauran pemasaran (4P) yang diterapkan oleh *brand* “Kugle” menunjukkan

pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi untuk menjangkau target pasarnya. Dari segi *Product*, “Kugle” menawarkan pakaian dengan desain tematik yang unik dan terbatas, didukung oleh kualitas bahan dan jahitan yang baik, sehingga mampu memenuhi preferensi konsumen yang mencari produk eksklusif. Penetapan *Price* jual produk telah disesuaikan secara kompetitif, namun tetap mencerminkan nilai kualitas dan keunikan desain yang ditawarkan. Sementara itu, strategi *Place* (distribusi) mengombinasikan saluran penjualan online melalui marketplace dan media sosial dengan keberadaan toko fisik, memberikan kemudahan akses bagi pelanggan di berbagai lokasi. Terakhir, *Promotion* difokuskan pada pemasaran digital yang efektif melalui Instagram, yang diperkuat dengan promosi organik melalui *word of mouth* dari pelanggan yang puas, menciptakan kesadaran merek dan loyalitas secara berkelanjutan.

Analisis keseluruhan pada aspek pasar *brand* fesyen “Kugle” menunjukkan kelayakan yang kuat untuk pengembangan fasilitas produksi mandiri. Hal ini didukung oleh tren penjualan yang terus meningkat, yang diperkuat oleh hasil peramalan permintaan yang metodologis dan memproyeksikan potensi pertumbuhan di masa depan. Kelayakan ini merupakan hasil dari analisis *segmentation, targeting, positioning* yang matang dan terintegrasi, dimulai dari segmentasi pasar yang terperinci dan *positioning* merek yang unik di kalangan anak muda. Penerapan bauran pemasaran (4P) juga sangat efektif, di mana produk dengan kualitas dan desain tematik yang menarik dipasarkan dengan harga kompetitif melalui kombinasi saluran *online* dan *offline*, serta didukung oleh promosi digital yang relevan. Respons konsumen yang positif terhadap produk dan identitas merek semakin memperkuat bahwa semua elemen pasar yang dianalisis secara komprehensif memberikan fondasi yang solid dan menjanjikan bagi kelangsungan usaha “Kugle” di masa depan.

4.3.2 Aspek Teknis

Pemilihan lokasi di Jalan Taman Udan Riris II, Kota Semarang, dapat dinilai sangat strategis. Lokasi ini tidak hanya memfasilitasi akses pasar yang luas dan distribusi produk yang efisien, tetapi juga mendukung ketersediaan tenaga kerja lokal, yang merupakan sumber daya vital bagi keberlanjutan operasional. Selain itu,

ketersediaan infrastruktur dasar yang stabil seperti akses listrik dan air bersih menjadi prasyarat teknis yang sudah terpenuhi. Dari sisi tata letak bangunan, pemisahan fungsi antara lantai satu toko fisik dan area penyimpanan stok, dan lantai dua area produksi adalah rancangan yang efisien. Desain ini secara logis meminimalkan pergerakan bahan dan produk, dari proses produksi hingga penyimpanan dan penjualan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional. Pemisahan ini juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih terfokus dan terkendali, yang krusial untuk menjaga kualitas produk.

Alur proses produksi yang digambarkan secara detail, mulai dari penerimaan bahan baku, pemotongan, penjahitan, sablon, hingga pengemasan, menunjukkan pemahaman yang mendalam mengenai alur kerja konveksi. Perancangan proses ini secara internal menjadi jawaban langsung untuk mengatasi permasalahan utama yang sebelumnya dihadapi, yaitu keterlambatan, cacat produk, dan kurangnya pengawasan kualitas secara langsung di karenakan produksinya bergantung pada vendor pihak ketiga.

Perhitungan Kapasitas Riil menunjukkan peningkatan signifikan dalam metodologi analisis. Penggunaan teori *bottleneck* adalah langkah akademis yang tepat untuk mendapatkan angka kapasitas produksi yang lebih realistis dan dapat dipertanggungjawabkan. Perhitungan kapasitas riil sebesar 750 produk per bulan menjadi bukti kuat bahwa fasilitas produksi mandiri memiliki potensi produktivitas yang jauh lebih tinggi daripada yang diasumsikan pada rencana awal. Angka ini secara tegas menunjukkan bahwa investasi pada fasilitas ini tidak hanya mampu mencukupi permintaan yang diproyeksikan, tetapi juga memiliki kapasitas cadangan yang substansial untuk mendukung ekspansi di masa depan.

Perencanaan peralatan yang jelas dan sesuai kebutuhan menunjukkan kesiapan untuk menjalankan operasional secara mandiri. Investasi pada peralatan ini menjadi kunci untuk mendapatkan kendali penuh terhadap kualitas dan efisiensi produk. Berdasarkan analisis pada aspek teknis, rencana pendirian fasilitas produksi mandiri brand “Kugle” dapat dinyatakan layak. Keselarasan antara pemilihan lokasi yang strategis, tata letak yang fungsional, dan alur proses produksi yang terperinci secara langsung mengatasi keterbatasan yang ada saat ini, yaitu

ketergantungan pada vendor pihak ketiga. Dengan adanya pengawasan penuh terhadap proses produksi, “Kugle” akan dapat meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas produk secara konsisten, dan mengendalikan biaya produksi dengan lebih baik. Dengan demikian, aspek teknis memberikan fondasi operasional yang kuat untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di masa depan.

4.3.3 Aspek Finansial

Analisis profitabilitas *brand* “Kugle” menunjukkan kinerja keuangan yang sangat kuat. Margin keuntungan bersih sebesar 47,29% yang tercatat saat ini pada kondisi operasional yang masih bergantung pada vendor pihak ketiga menjadi tolak ukur awal yang luar biasa tinggi untuk industri ritel fesyen. Rencana pendirian fasilitas produksi mandiri ini diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas tersebut secara signifikan, yang dibuktikan dengan perbandingan biaya produksi. Jika HPP saat ini melalui vendor adalah Rp. 70.000 untuk produk kaos dan Rp. 35.000 untuk produk celana, maka dengan fasilitas mandiri HPP dapat ditekan menjadi Rp. 43.058 (kaos) dan Rp. 21.196 (celana). Penurunan biaya yang fundamental ini membuktikan bahwa proyek ini tidak hanya layak, tetapi juga secara langsung menjadi pendorong utama di balik tingkat profitabilitas tinggi yang tercermin dalam seluruh perhitungan kelayakan investasi.

Penggunaan tiga metode penilaian investasi utama NPV, IRR, dan PP secara konsisten menghasilkan kesimpulan yang sangat positif, menunjukkan kelayakan finansial proyek yang tinggi. Hasil NPV positif sebesar Rp. 86.882.695 dengan tingkat diskonto 5% menunjukkan bahwa proyek ini diperkirakan akan menghasilkan nilai yang lebih besar daripada biaya investasinya. Nilai positif ini adalah indikator kunci bahwa proyek layak untuk dijalankan. Nilai IRR yang mencapai 53% tergolong sangat luar biasa. Angka ini jauh melampaui tingkat suku bunga patokan yaitu 5%, yang mengindikasikan tingkat pengembalian yang sangat tinggi dari investasi ini. IRR yang sangat besar juga menunjukkan bahwa proyek ini memiliki *margin of safety* yang kuat terhadap fluktuasi biaya atau pendapatan di masa depan. *Payback Period* atau periode pengembalian modal yang sangat cepat, yaitu 0,6543 tahun atau sekitar 7,85 bulan, menunjukkan bahwa investasi awal akan kembali dalam waktu kurang dari satu tahun. Hal ini sangat menarik dari sisi

manajemen risiko, karena eksposur modal terhadap risiko investasi menjadi sangat singkat.

4.3.4 Aspek Hukum

Kondisi legalitas brand “Kugle” menunjukkan adanya kesadaran dan komitmen dari pemilik usaha untuk mematuhi peraturan hukum yang berlaku. Pengurusan Izin Usaha dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk merek dagang adalah langkah krusial untuk menjamin legalitas operasional dan memberikan perlindungan hukum terhadap merek dalam jangka panjang. Meskipun proses ini masih berjalan, langkah tersebut merupakan prasyarat fundamental yang harus diselesaikan untuk menghindari risiko administratif di masa mendatang, seperti potensi penghentian operasional atau sengketa merek. Oleh karena itu, percepatan penyelesaian dokumen-dokumen ini menjadi prioritas utama.

Aspek kepatuhan perpajakan *brand* “Kugle” tergolong sangat baik. Pelaksanaan kewajiban pajak secara rutin dan tanpa masalah administratif menjadi indikator positif bagi tata kelola keuangan yang bertanggung jawab. Hal ini memberikan integritas bagi usaha di mata regulator dan pihak eksternal. Selain itu, status kepemilikan aset berupa lahan dan bangunan dengan hak milik merupakan keunggulan yang signifikan. Status kepemilikan yang jelas ini secara efektif memitigasi risiko sengketa lahan atau masalah hukum terkait properti, sehingga memberikan fondasi yang sangat stabil dan aman bagi lokasi fisik fasilitas produksi dan toko.

Secara keseluruhan, aspek hukum dari rencana pengembangan brand fesyen “Kugle” dapat dinyatakan layak, dengan catatan bahwa terdapat beberapa prasyarat yang harus diselesaikan. Fondasi hukum usaha sudah kuat, terbukti dari kepatuhan pajak yang baik dan status kepemilikan aset yang jelas. Tantangan utama terletak pada penyelesaian proses pengurusan Izin Usaha dan HAKI. Mengingat komitmen pemilik usaha untuk menyelesaikan proses tersebut, tidak ada hambatan hukum yang signifikan yang dapat menghalangi keberlanjutan atau ekspansi proyek. Sebaliknya, penyelesaian legalitas ini akan memperkuat posisi merek, melindungi aset, dan memastikan operasional berjalan tanpa kendala hukum di kemudian hari.

4.3.5 Aspek Lingkungan

Analisis aspek lingkungan diawali dengan langkah yang tepat, yaitu identifikasi proaktif terhadap potensi limbah yang akan dihasilkan dari fasilitas produksi mandiri. Daftar limbah yang diidentifikasi mulai dari limbah tekstil, plastik, limbah sablon, debu kain, hingga limbah domestik, hal ini menunjukkan pemahaman yang komprehensif mengenai risiko lingkungan yang mungkin timbul. Setiap jenis limbah diidentifikasi sumber dan pengaruh potensialnya, seperti pencemaran lingkungan atau bahaya kesehatan bagi pekerja. Identifikasi ini menjadi prasyarat penting untuk merancang strategi mitigasi yang efektif.

Rencana pengelolaan limbah yang disusun menunjukkan komitmen *brand* “Kugle” terhadap prinsip tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan. Limbah tekstil direncanakan untuk didaur ulang menjadi produk lain atau didonasikan, mencerminkan pendekatan ekonomi sirkular. Penggantian limbah plastik dengan bahan yang lebih ramah lingkungan juga merupakan upaya proaktif dalam mengurangi jejak karbon. Untuk limbah yang berpotensi mencemari yaitu limbah sablon, disediakan sistem penampungan khusus dan rencana kerja sama dengan pengelola limbah B3. Hal ini menunjukkan kesadaran akan regulasi dan standar lingkungan yang ketat. Pengelolaan debu kain dengan penyedot debu dan ventilasi yang memadai merupakan langkah penting untuk menjaga kesehatan serta keselamatan pekerja. Sementara itu, pengelolaan limbah domestik yang terstruktur memastikan lingkungan kerja yang bersih dan nyaman.

Secara keseluruhan, aspek lingkungan dari rencana pengembangan *brand* fesyen “Kugle” dapat dikategorikan layak, dengan syarat bahwa strategi pengelolaan limbah yang telah dirancang diimplementasikan secara disiplin dan berkelanjutan. Analisis ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga memiliki kesadaran tinggi terhadap pengaruh lingkungan dari operasionalnya. Dengan adanya rencana mitigasi yang terperinci dan bertanggung jawab, proyek ini memiliki landasan yang kuat untuk beroperasi dengan prinsip ramah lingkungan dan memenuhi standar yang diharapkan.

4.3.6 Aspek Manajemen

Analisis pada aspek manajemen diawali dengan identifikasi kesenjangan yang tepat antara kondisi saat ini yang bersifat individual dan rencana masa depan

yang membutuhkan sistem terstruktur. Hal ini menunjukkan pemahaman yang kuat bahwa pengembangan fasilitas produksi mandiri memerlukan transformasi fundamental dalam pengelolaan sumber daya manusia. Struktur organisasi fungsional yang direncanakan terdiri dari *Owner*, Admin Pemasaran, dan Divisi Produksi adalah rancangan yang rasional dan sesuai untuk skala usaha kecil hingga menengah. Struktur ini secara efektif memisahkan tugas dan tanggung jawab, yang akan meningkatkan efisiensi kerja, akuntabilitas, dan komunikasi antarbagian. Penambahan lima tenaga kerja yang terampil di bidangnya juga menunjukkan perencanaan yang realistis dan terukur untuk mendukung operasional produksi yang lebih kompleks.

Analisis terhadap fungsi-fungsi manajerial menunjukkan perencanaan yang komprehensif dan sistematis untuk mendukung operasional fasilitas produksi mandiri. Aspek Perencanaan meliputi penetapan target produksi dan penyusunan anggaran, yang menjadi landasan bagi seluruh kegiatan. Pengorganisasian difokuskan pada pembentukan struktur dan pembagian tugas yang jelas untuk setiap tenaga kerja. Pengarahan dilakukan melalui pemberian briefing dan motivasi harian untuk memastikan target tercapai. Sementara itu, Pengkoordinasian akan menyelaraskan jadwal produksi dengan ketersediaan bahan baku serta menjaga komunikasi antarbagian. Terakhir, Pengawasan memastikan bahwa seluruh kegiatan, mulai dari kualitas produk hingga penilaian kinerja, berjalan sesuai standar yang ditetapkan. Rencana terperinci ini membuktikan bahwa manajemen “Kugle” telah siap untuk mengelola aktivitas bisnis yang lebih kompleks secara efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, aspek manajemen dari rencana pengembangan *brand* fesyen “Kugle” dapat dinyatakan layak. Transformasi dari pengelolaan individual menjadi sistem manajemen yang terstruktur dan fungsional adalah langkah yang krusial dan telah direncanakan dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang terperinci, dan implementasi fungsi-fungsi manajerial yang sistematis, *brand* ini memiliki kesiapan sumber daya manusia yang memadai untuk mendukung kelangsungan dan efisiensi operasional dari fasilitas produksi mandiri.

4.4 Pembuktian Hipotesa

Berdasarkan analisis kelayakan yang telah dilakukan pada enam aspek utama yaitu aspek pasar, teknis, finansial, hukum, lingkungan, dan manajemen. Hipotesa tersebut dapat dibuktikan secara komprehensif. Berikut adalah pembuktian hipotesa dari masing-masing aspek.

1. Aspek Pasar

Analisis aspek pasar menunjukkan bahwa brand “Kugle” memiliki permintaan pasar yang kuat dan analisis *segmentation, targeting, positioning* dan bauran pemasaran (4P) yang efektif. Hal ini dibuktikan dengan tren penjualan yang positif dan hasil peramalan yang memproyeksikan pertumbuhan permintaan di masa depan. Kesiapan pasar ini menjadi landasan strategis yang memvalidasi bahwa investasi untuk fasilitas produksi mandiri memiliki basis permintaan yang solid, sehingga pembangunan konveksi layak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

2. Aspek Teknis

Aspek teknis secara langsung membuktikan bahwa pendirian fasilitas produksi mandiri adalah penyelesaian yang layak untuk mengatasi permasalahan operasional. Rencana lokasi yang strategis, tata letak yang efisien, dan alur proses produksi yang terperinci secara langsung menyelesaikan masalah keterlambatan dan ketidaksesuaian kualitas yang sebelumnya terjadi. Kapasitas produksi yang direncanakan juga menunjukkan bahwa *brand* ini mampu mengendalikan penuh proses produksi, yang merupakan inti dari hipotesa.

3. Aspek Finansial

Analisis finansial memberikan pembuktian paling kuat terhadap hipotesa. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pendirian fasilitas produksi mandiri dapat menekan biaya produksi secara drastis dari HPP Rp. 70.000 menjadi Rp. 43.058 untuk kaos, dan dari Rp. 35.000 menjadi Rp. 21.196 untuk celana. Pengurangan biaya ini menghasilkan indikator finansial yang sangat menguntungkan. NPV positif, IRR yang luar biasa tinggi sebesar 53%, dan *Payback Period* yang sangat singkat kurang dari satu tahun. Temuan ini secara eksplisit memvalidasi bahwa proyek ini tidak hanya layak, tetapi juga sangat menguntungkan secara finansial.

4. Aspek Hukum

Meskipun pengurusan beberapa dokumen legalitas masih dalam proses, analisis aspek hukum menunjukkan fondasi yang kuat. Kepatuhan pajak yang baik dan status kepemilikan aset dengan hak milik memberikan kepastian hukum yang stabil. Dengan komitmen pemilik usaha untuk menyelesaikan perizinan, pengembangan fasilitas mandiri dapat dilakukan tanpa hambatan hukum yang berarti di masa depan, sehingga menciptakan fondasi yang lebih berkelanjutan.

5. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan membuktikan bahwa pengembangan fasilitas mandiri memungkinkan *brand* “Kugle” untuk beroperasi secara lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Identifikasi potensi limbah dan penyusunan strategi mitigasi yang terperinci seperti daur ulang, penggantian bahan plastik, dan penanganan limbah B3 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk meminimalkan pengaruh negatif terhadap lingkungan. Hal ini membuktikan bahwa proyek ini dapat membangun fondasi usaha yang lebih ramah lingkungan.

6. Aspek Manajemen

Aspek manajemen membuktikan kelayakan operasional dari proyek ini. Rencana transisi dari pengelolaan individual menjadi struktur organisasi yang terstruktur dan fungsional adalah langkah yang esensial. Pembagian tugas yang jelas, rekrutmen tenaga kerja yang sesuai, dan implementasi fungsi manajerial yang sistematis menunjukkan kesiapan *brand* dalam mengelola aktivitas bisnis yang lebih kompleks, sehingga memperkuat kendali operasional dan memastikan efisiensi.

Berdasarkan analisis kelayakan yang komprehensif pada enam aspek, dapat disimpulkan bahwa hipotesa penelitian ini terbukti sepenuhnya. Pendirian fasilitas konveksi mandiri oleh *brand* “Kugle” tidak hanya layak secara strategis dan operasional, tetapi juga merupakan penyelesaian optimal untuk mengatasi permasalahan ketergantungan pada vendor. Proyek ini akan meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha secara fundamental.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari hasil analisis kelayakan yang telah dilakukan untuk rencana pengembangan fasilitas produksi mandiri *brand* fesyen “Kugle”.

1. Secara keseluruhan, aspek pasar menunjukkan kelayakan yang kuat untuk pengembangan usaha. Hal ini didukung oleh adanya tren penjualan yang positif dan berkelanjutan, serta analisis *segmentation, targeting, positioning* yang matang dan terintegrasi, segmentasi pasar yang jelas, positioning merek yang unik, dan bauran pemasaran (4P) yang efektif. Kesiapan pasar ini menjadi landasan strategis yang kuat untuk memvalidasi investasi pada fasilitas produksi mandiri. Analisis aspek teknis membuktikan kelayakan operasional dari proyek ini. Rencana yang terperinci mengenai lokasi yang strategis, tata letak fasilitas yang efisien, dan alur proses produksi yang terukur menunjukkan bahwa pengembangan konveksi mandiri akan mampu mengatasi permasalahan yang sebelumnya ditimbulkan oleh vendor pihak ketiga. Dengan pengawasan penuh terhadap proses produksi, efisiensi dan kualitas produk dapat dijaga secara konsisten. Berdasarkan hasil analisis aspek finansial dapat disimpulkan sebagai sangat layak dan menguntungkan. Seluruh indikator kelayakan investasi yaitu NPV positif (Rp 121.434.698), IRR yang sangat tinggi (105%), dan hasil dari *Payback Period* yang singkat (kurang dari satu tahun), secara konsisten mengonfirmasi bahwa proyek ini akan menghasilkan nilai ekonomi yang signifikan. Peningkatan profitabilitas yang didorong oleh penekanan biaya produksi menjadi faktor kunci yang memvalidasi keputusan investasi ini. Aspek hukum dinyatakan layak, dengan catatan bahwa prasyarat legalitas yang belum selesai harus dituntaskan. Meskipun masih dalam proses pengurusan, komitmen pemilik usaha untuk memperoleh Izin Usaha dan

HAKI, serta status kepemilikan aset yang jelas dan kepatuhan pajak yang baik, memberikan fondasi hukum yang stabil dan minim risiko bagi kelangsungan usaha. Aspek lingkungan juga dikategorikan layak, karena perusahaan telah menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Identifikasi potensi limbah dan perancangan strategi pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, mulai dari daur ulang, penggantian bahan ramah lingkungan, hingga penanganan limbah sablon, membuktikan bahwa proyek ini dapat beroperasi dengan memitigasi pengaruh negatif terhadap lingkungan secara efektif. Aspek manajemen dinyatakan layak karena adanya rencana yang sistematis untuk mentransformasi pengelolaan usaha dari yang bersifat individual menjadi lebih terstruktur. Pembentukan struktur organisasi fungsional, pembagian tugas yang jelas, dan implementasi fungsi-fungsi manajerial yang terencana menunjukkan kesiapan *brand* “Kugle” dalam mengelola operasional yang lebih kompleks, sehingga menjamin efisiensi dan keberlanjutan.

2. Solusi yang paling tepat dan efektif untuk pengembangan *brand* “Kugle” dalam mengurangi ketergantungan pada vendor pihak ketiga dan meningkatkan kendali operasional adalah melalui pendirian fasilitas produksi konveksi mandiri. Solusi tersebut dapat mengurangi ketergantungan dan meningkatkan kendali, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan ketepatan waktu, dan meningkatkan efisiensi biaya operasional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan *brand* fesyen “Kugle” untuk mendukung keberhasilan implementasi dan pengembangan bisnis di masa depan.

1. Segera selesaikan legalitas usaha, meskipun fondasi hukum sudah kuat, disarankan untuk segera menuntaskan pengurusan Izin Usaha dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Hal ini krusial untuk memberikan perlindungan hukum penuh terhadap merek, aset, dan operasional bisnis,

serta menghindari risiko administratif yang dapat menghambat pertumbuhan.

2. Fokus pada pengendalian mutu dan efisiensi produksi, rencana alur produksi yang telah disusun harus diimplementasikan secara ketat. Pihak manajemen perlu fokus pada sistem kontrol kualitas (*Quality Control*) yang efektif di setiap tahap produksi untuk memastikan produk yang dihasilkan konsisten dan sesuai standar, sehingga dapat mempertahankan citra merek yang positif di mata konsumen.
3. Optimalisasi analisis *segmentation, targeting, dan positioning* dan bauran pemasaran (4P). Dengan adanya *brand positioning* yang kuat dan loyalitas pelanggan, disarankan untuk terus melakukan inovasi produk dan diversifikasi desain. Memanfaatkan data penjualan dan masukan dari konsumen dapat menjadi dasar untuk mengembangkan produk-produk baru yang relevan, serta memperkuat keterlibatan komunitas melalui media sosial.
4. Terapkan pengelolaan lingkungan secara konsisten, rencana pengelolaan limbah yang telah disusun perlu diterapkan secara disiplin. Hal ini tidak hanya sebatas tanggung jawab sosial, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi merek. Pertimbangkan juga untuk mengeksplorasi potensi sertifikasi ramah lingkungan di masa depan untuk memberikan nilai tambah bagi produk.
5. Perkuat sistem manajemen dan SDM, lakukan proses rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja secara cermat sesuai dengan rencana yang ada. Pastikan setiap karyawan memahami tugas dan tanggung jawabnya. Membangun sistem komunikasi dan koordinasi yang baik antarbagian (produksi dan pemasaran) akan sangat vital untuk menjaga kelancaran operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adih Supriadi, Angga, P. et al. (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS: Tinjauan, Teori dan Praktis* (Edisi Pert).
- 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](https://repository.unipasby.ac.id/id/eprint/261/3/3.BAB%20I.pdf)
- Elsa, Wandani, H. et al. (2022). *STUDI KELAYAKAN FINANSIAL USAHA PUDING LAMOTA : PENDEKATAN NET PRESENT VALUE DAN*. 276–283.
- 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.
- Hapsawati Taan, Bakry, M. S. (2024). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (Paul Eduard Sudjiman (ed.); Edisi Pert). TAHTA MEDIA GROUP.
- Imelia Santoso. (2025). *10 Metode Penilaian Investasi Terbaik*.
<https://blog.hsb.co.id/pengetahuan-keuangan/metode-penilaian-investasi-terbaik/>
- Kasmir, J. (2017). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (Edisi Revi). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- 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.
- 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.
- 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>
- 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-](http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509)

[jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509](http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509)

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>

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>

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>

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.*

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

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.

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.