

Analisis Studi Kelayakan Usaha “Solace Gift”

Alya Noor Hafizhah^{1*}, Angela Zehanti², Tomy Rizky Izzalqurny³
^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

*alya.noor.2004226@students.um.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji kelayakan bisnis dari usaha “Solace Gift”, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang souvenir dan hadiah. Penelitian ini dilaksanakan dengan analisis studi kasus menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis yang dilaksanakan menggunakan metode kualitatif berupa analisis SWOT, analisis pasar dan pemasaran, analisis teknis dan teknologi, analisis manajemen dan sumber daya manusia, serta analisis hukum dan lingkungan. Sementara itu, analisis yang dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif berupa analisis keuangan. Hasil dari penelitian ini adalah kesimpulan bahwa usaha “Solace Gift” memiliki kelayakan usaha jika dilihat dari beberapa aspek dan mampu berkembang menjadi usaha yang *profitable* di masa depan.

Kata Kunci: Analisis, Studi Kelayakan Usaha

Abstract

The study is conducted to examine the business feasibility of "Solace Gift", a company engaged in the field of souvenirs and gifts. This research was conducted with case study analysis using qualitative and quantitative methods. The analysis is carried out using qualitative method in the form of SWOT analysis, market and marketing analysis, technical and technological analysis, analysis of management and human resources, also legal and environmental analysis. Meanwhile, the analysis carried out using quantitative method is using financial analysis. The results of this study are the conclusion that "Solace Gift" has business feasibility viewed from several aspects and is able to develop into a profitable business in the future.

Keywords: Analysis, Business Feasibility Study

PENDAHULUAN

Menurut hasil survey penduduk di tahun 2020, Indonesia didominasi oleh penduduk dengan usia produktif (15-64 tahun) sejumlah 191,08 juta jiwa (70,72%) (BPS, 2021). Penduduk yang didominasi oleh usia produktif ini menjadi bonus demografi yang harus dilihat peluangnya serta dimanfaatkan untuk pengembangan kesejahteraan. Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh bangsa Indonesia untuk mengembangkan kapasitas dan produktivitas manusianya agar menjadi lebih maju dan berdaya saing. Maka dari itu diperlukan berbagai inovasi di segala bidang untuk terus bisa bergerak mengikuti perkembangan zaman. Salah satunya inovasi yang perlu dilakukan dibidang hadiah dan souvenir, dikarenakan hadiah dan souvenir saat ini bukan hanya dilihat sekadar hiasan atau pajangan semata melainkan sebagai salah satu pernak-pernik wajib yang harus ada di berbagai kegiatan.

Kini, kebutuhan souvenir dalam suatu acara bisa disetarakan dengan kebutuhan makanan. Pemberian souvenir atau hadiah kini semakin diminati dikarenakan maknanya yang bisa menjadi begitu berarti. Dahulu, pemberian hadiah dan souvenir hanya sekadar dilakukan pada acara ulang tahun, pernikahan, selamat, dan sebagainya. Namun kini pemberian hadiah dan souvenir juga kerap dilakukan pada perayaan sederhana.

Perubahan kebiasaan untuk memberi hadiah kini menjadi tren wajib di kalangan remaja. Pemberian hadiah yang dilakukan kini biasa terjadi ketika akan mengikuti ujian atau etelah melewati ujian. Di mana pemberian hadiah tersebut sebagai bentuk ucapan semangat atau selamat untuk mereka yang sedang merayakannya. Solace Gift hadir dengan memberikan penawaran *gift box* sebagai salah satu hadiah alternatif bagi para remaja yang ingin memberikan hadiah murah dan berkesan yang umumnya *gift box* berisi snack dan kartu ucapan, perusahaan juga akan memberikan penawaran yang sedikit berbeda.

Dengan melihat peluang – peluang yang ada, Solace Gift tertarik melakukan usaha di bidang ini dengan memiliki ciri khas tersendiri dengan penambahan inovasi. Ciri khas tersebut ditawarkan dalam bentuk *special gift box*, di mana dalam inovasi yang akan perusahaan berikan terdapat jasa pembuatan stiker ilustrasi wajah yang ditujukan kepada penerima maupun pemberi *gift box* tersebut. Dalam skala kecil perusahaan akan memasarkan produk ini dengan sasaran utama para remaja. Jika bisa bertahan perusahaan berniat meneruskannya menjadi perusahaan skala besar yang menyediakan *custom* souvenir yang bisa menerima pesanan dalam jumlah banyak hingga bisa bekerjasama di beberapa acara nantinya.

Sebelum mendirikan perusahaan, studi kelayakan usaha diperlukan untuk mengukur peluang kesuksesan dari perusahaan yang akan didirikan tersebut. Solace Gift, sebagai perusahaan yang akan baru akan didirikan, tentu saja memerlukan studi kelayakan usaha karena untuk menghindari kegagalan. Semua perusahaan yang akan berdiri, termasuk Solace Gift, perlu memperhitungkan apakah perusahaan yang akan didirikan tersebut layak dan mampu bertahan. Oleh karena itulah, kami sebagai penulis berniat mengkaji kelayakan usaha dari perusahaan Solace Gift ini untuk melihat kemampuan dari perusahaan untuk bertahan di masa yang akan datang.

KAJIAN PUSTAKA

Studi kelayakan usaha adalah sebuah bentuk penelaahan atau analisis mengenai bagaimana suatu kegiatan investasi berbentuk usaha memberikan manfaat maupun hasil apabila dijalankan (Nurmalita n.d.). Studi ini dilakukan untuk melihat banyak kesempatan dan peluang yang ada pada kegiatan bisnis yang seringkali menuntut adanya penilaian, sejauh mana sebuah usaha mampu memberikan manfaat bila usaha tersebut dijalankan. Konsep studi kelayakan mencakup kegiatan analisis serta evaluasi lengkap pada investasi masa depan secara objektif, dilaksanakan pada waktu tertentu, dan mempertimbangkan aspek resiko serta ketidakpastian (IONUT 2015). Studi kelayakan mengidentifikasi resiko baik dari sisi internal dan eksternal lingkungan. Resiko-resiko tersebut meliputi aspek biaya, hasil, implementasi dan halangan operasional, pasar, inflasi, teknis dan teknologi, dan aspek-aspek lainnya.

METODE PENELITIAN

Metodologi secara umum didefinisikan sebagai “*the study of research methods, or, more formally, 'a contextual framework' for research, a coherent and logical scheme based on views, beliefs, and values, that guides the choices researchers [or other users] make*”. Kata metode berasal dari istilah Yunani *methodos* (*meta+bodos*) yang artinya "cara" (Webster 1994). Dalam dunia penelitian, dikenal dua jenis metode penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif.

Metode penelitian yang digunakan pada artikel ini menggunakan kedua jenis metode baik kualitatif maupun kuantitatif. Analisis yang dilaksanakan menggunakan metode kualitatif

mempertimbangkan beberapa aspek berupa analisis SWOT, analisis pasar dan pemasaran, analisis teknis dan teknologi, analisis manajemen dan sumber daya manusia, serta analisis hukum dan lingkungan. Sementara itu, analisis yang dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif mempertimbangkan aspek berupa analisis keuangan yang memperhitungkan break even point (BEP), payback period, dan net present value (NPV) dari perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini telah disesuaikan dengan jenis analisis kelayakan yang akan diteliti yaitu analisis kelayakan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Analisis SWOT

1. Strength

- a. Sticker berbahan anti air
- b. Sticker illustration bisa custom mulai dari ukuran, desain, hingga cutting.
- c. Tersedia paket snacks
- d. Tersedia berbagai bahan box (biasa dan hard box)
- e. Tersedia beberapa ukuran box (kecil dengan ukuran 10x10x5 cm, sedang dengan ukuran 20 x 20 x 5 cm , hingga besar dengan ukuran 28x28x10 cm)

2. Weakness

- a. Kemasan yang mudah rusak

3. Opportunity

- a. Adanya penjualan melalui online di e-commerce yang dapat menjangkau seluruh Indonesia
- b. Dijangkau oleh semua kalangan baik remaja hingga dewasa tanpa memandang gender, ras, dan sebagainya.

4. Threats

- a. Bersaing dengan produk ternama dan menengah di e-commerce
- b. Produk yang mudah ditiru

II. Analisis Pasar dan Pemasaran

1. Analisis Pasar

a. Deskripsi pasar

Produk ini memiliki sasaran pasar yang cukup besar yaitu masyarakat umum, dengan sasaran utama kalangan remaja. Namun hal ini, tidak menutup kemungkinan untuk dijangkau oleh kalangan dewasa. Karena nantinya sasaran dan jangkauan special gift box ini bisa dijadikan sebagai souvenir.

Saluran distribusi:

- Offline: Bekerjasama dengan event organizer, penerbit buku di sekitar Malang.
- Online: Instagram dan e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia.

b. Segmentasi Pasar

- Segmen geografis

Usaha ini mempunyai target pasar di sekitar Malang khususnya kota Malang dengan cakupan masyarakat yang luas. Masyarakat yang dimaksud yaitu masyarakat Kota Malang secara umum, mahasiswa Universitas Negeri Malang, mahasiswa Universitas Brawijaya, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, dan mahasiswa Politeknik Negeri Malang.

- Segmen demografis

Special Gift Box merupakan produk universal yang boleh dibeli oleh semua kalangan masyarakat tanpa adanya perbedaan gender, usia, hingga suku, ras, agama maupun golongan tertentu.

- Segmen psikografis
Masyarakat kota Malang dengan berbagai keragaman perilaku, kepribadian, gaya hidup, hingga kelas sosial diperbolehkan memesan Special Gift Box, karena Special Gift Box ini memiliki penawaran yang menarik berupa sticker ilustrasi wajah yang dapat dipesan oleh berbagai kalangan.

c. Analisis permintaan dan penawaran

- Analisis permintaan
Permintaan dulu: jumlah permintaan dulu masih sedikit dikarenakan masyarakat masih belum familiar terhadap sticker sehingga promosi yang dilakukan pun masih terbatas, yang mengakibatkan permintaan terbatas. Konsumen yang memesan pun terbatas, di mana pesanan hanya ada jika terjadi acara pernikahan atau ulang tahun.

Permintaan sekarang: Semenjak memasuki trend pemberian hadiah yang sudah terjadi sekitar 2-3 tahun lalu, jumlah permintaan cukup meningkat. Hal ini juga dibukti dengan adanya custom ucapan dalam pesanan yang beragam, sehingga menyatakan bahwa pesanan tidak hanya terjadi saat perayaan besar namun dari hal-hal sederhana saja kini sudah bisa menerima pesanan.

- Analisis penawaran
Penawaran dulu: Hanya menggunakan template ucapan sehingga produksi bisa dilakukan kurang lebih setiap hari.

Penawaran sekarang: Tidak lagi menggunakan template ucapan tetapi melakukan custom ucapan sehingga produksi harus menggunakan sistem pre order.

2. Strategi Pemasaran

a. Strategi harga

Produk solace gift dijual di pasaran mulai dengan kisaran harga Rp 25.000- , dengan harga tersebut mahasiswa dan masyarakat dapat menikmati produk dengan harga yang sangat terjangkau. Penjualan dengan harga Rp 25.000, produsen mendapat keuntungan sekitar 30%.

Metode penetapan harga yang digunakan yaitu metode penetapan harga *mark up*. Harga jual per unit pada metode ini ditentukan menggunakan perhitungan seluruh jumlah biaya ditambah jumlah khusus untuk menutup keuntungan yang diharapkan pada unit tersebut. Perusahaan menetapkan biaya tersebut dengan persentase keuntungan yang diharapkan dengan dasar total pengeluaran untuk pembuatan produk Solace Gift.

b. Strategi promosi

Promosi yang digunakan dalam bisnis ini dominan terhadap digital marketing diantaranya:

- Iklan berbayar seperti Instagram ads dan Shopee ads.
- Endorse influencer
- Voucher yang ditawarkan kepada event organizer maupun pihak bermitra lainnya

- Giveaway pada e-commerce

c. Strategi distribusi

Strategi penentuan distribusi yang akan digunakan Solace Gift yaitu strategi struktur saluran distribusi. Cara ini didasarkan pada penetapan total penghubung yang dimanfaatkan untuk mendistribusikan barang ke konsumen. Alternatif pilihan adalah distribusi langsung atau tidak langsung. Alternatif ini berarti perusahaan tidak mendistribusikan dan menjual produk secara langsung ke konsumen melainkan melalui penghubung seperti ekspedisi. Alur yang akan terjadi dapat dilihat pada ilustrasi sebagai berikut:



Gambar 1. Strategi Distribusi

Sumber: Analisis (2021)

d. Strategi positioning

Metode positioning yang digunakan perusahaan untuk produk ini adalah metode konsep fungsional dan pendekatan yang lebih untuk sedikit. Metode konsep fungsional menekankan pada persyaratan fungsional produk, produk cenderamata Solace ini merupakan produk cenderamata dan souvenir yang ekonomis.

Strategi positioning yang digunakan adalah penentuan kategori produk, harga, dan positioning distribusi. Perusahaan menawarkan produk ini dalam paket praktis yang mudah dibuka dan dengan harga yang sangat wajar. Perusahaan juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk dengan efisiensi waktu dan pelayanan prima.

III. Analisis Teknis dan Teknologi

1. Proses Produksi dan Inovasi

a. Penentuan konsep ide serta proses seleksi ide.

Penentuan ide produk dengan melihat peluang dan aspek-aspek serta proses seleksi ide dilakukan saat pembuatan proposal ini. Ide dijelaskan dengan lengkap pada proposal ini.

b. Penyusunan desain produk awal.

c. Penyusunan prototipe dan pengujian.

d. Proses produksi produk tiap ada pesanan.

e. Pengiriman produk ke jasa-jasa pengiriman yang ada di Malang.

2. Rencana Kualitas

Rencana kualitas produk perusahaan didasarkan pada kutipan Vincent Gaspersz atas pendapat David Garvin tentang dimensi-dimensi kualitas barang, berikut ini adalah penjelasannya:

a. Performance

Performance berkaitan dengan fungsionalitas produk. Special Gift Box perusahaan sangat fungsional karena memudahkan para pembeli yang ingin

memberikan hadiah untuk orang lain atau dirinya sendiri, karena tidak perlu repot membuatnya dan hanya tinggal memesan dari *marketplace*.

b. Features

Features berkaitan dengan aspek performansi produk. Special Gift Box memenuhi dimensi ini karena menambah fungsi dasar dari hadiah, karena perusahaan melakukan inovasi yang berbeda dimana perusahaan menyediakan jasa pembuatan stiker ilustrasi wajah dari penerima hadiah tersebut.

c. Reliability

Dimensi reliability adalah probabilitas atau kemungkinan bahwa suatu produk akan mampu melaksanakan fungsi awalnya. Dalam hal ini, perusahaan yakin produk yang perusahaan buat telah mampu menjalankan fungsinya sebagai kotak hadiah yang memberi kesenangan pada penerimanya. Apalagi, dengan adanya pembuatan stiker ilustrasi yang bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli.

d. Conformance

Perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk menjadikan produk perusahaan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pembeli.

e. Durability

Masa barang atau durability produk sengaja perusahaan buat seadanya sesuai kemampuan produk, karena produk perusahaan adalah produk hadiah berupa snack sekali makan. Hadiah adalah bentuk produk yang dibuka sekali saja dan justru, yang biasanya disimpan karena berkesan adalah kartu ucapannya. Oleh karena itu perusahaan mengembangkan inovasi untuk memberi fokus utama pada jasa pembuatan stiker wajah dan kartu ucapannya.

f. Serviceability

Serviceability berhubungan dengan kegesitan, mudah tidaknya, serta kompetensi layanan servis barang. Dalam hal ini, perusahaan berencana menjalankan program customer service dengan selalu meminta feedback para pembeli. Sehingga, jika ada produk yang sampai dalam keadaan kurang baik, perusahaan akan menyediakan layanan refund atau mengirim ulang gift box dengan syarat dan ketentuan berlaku.

g. Aesthetic

Dimensi yang berkaitan dengan nilai estetika ini sangat perusahaan perhatikan, karena target pasar perusahaan adalah para remaja yang ingin memberikan hadiah kepada orang yang mereka inginkan. Produk perusahaan sebenarnya cukup unggul, karena perusahaan menyediakan jasa pembuatan stiker ilustrasi wajah dan kartu ucapan yang sesuai dimensi dengan sifat obyektif ini.

h. Fit and finish

Dimensi yang berhubungan dengan perasaan pelanggan terhadap produk dan servis ini akan perusahaan manfaatkan dengan maksimal melalui customer service perusahaan.

3. Pemilihan Teknologi

Perusahaan memutuskan untuk menggunakan tenaga manual dalam proses pembuatan produk. Dalam hal marketing, perusahaan berencana menggunakan teknologi berupa aplikasi *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee yang pastinya tersedia di semua jenis device.

4. Rencana Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi perusahaan per harinya adalah 10 buah gift box, dengan total 5 gift box per orangnya. Selain itu, karena perusahaan membuat produk hanya setiap ada pesanan, jumlah produk yang dibuat per harinya bervariasi.

5. Perencanaan Letak Pabrik

Perusahaan melakukan proses *home-production* dengan menyewa rumah sebagai tempat produksi. Rumah yang perusahaan sewa terletak di kota Malang, tepatnya daerah Blimbing. Alasan perusahaan memilih rumah dan daerah tersebut adalah:

- a. Terletak di daerah kota. Mudah diakses, dan biaya ongkir bagi pembeli akan jauh lebih murah.
- b. Rumah cenderung tertutup, sehingga proses produksi tidak terlalu mengganggu warga sekitar.
- c. Harga yang murah. Dengan harga sewa 10 juta per tahun dan letaknya yang di tengah kota, harga yang ditawarkan cukup setimpal dengan fasilitas yang didapatkan.



Gambar 2. Letak Pabrik



Gambar 3. Letak Pabrik

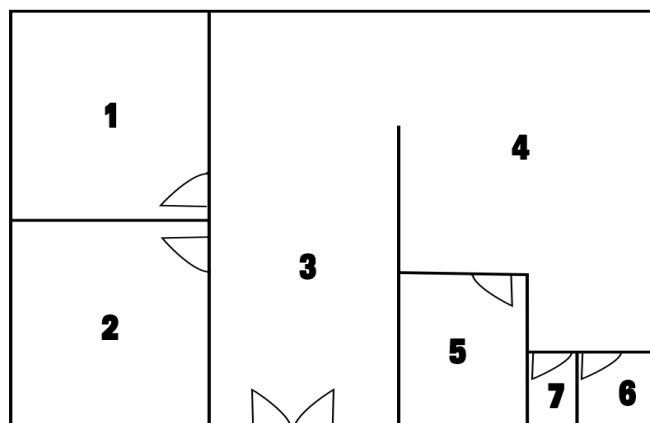


Gambar 4. Letak Pabrik



Gambar 5. Letak Pabrik

6. Perencanaan Tata Letak (Layout)
Berikut adalah rencana tata letak dari rumah yang perusahaan sewa sebagai tempat produksi, serta akun-akun perusahaan di Instagram, Tokopedia dan Shopee:
- a. Layout rumah



Gambar 6. Layout Pabrik

Berikut adalah rincian layout ruangan dari rumah yang perusahaan sewa:

1. Ruangan yang awalnya kamar ini akan dijadikan sebagai tempat penyimpanan untuk alat dan bahan yang diperlukan dalam pembuatan gift box. Seperti kardus, kertas wrap, gunting, snack, dan sebagainya.
2. Ruangan ini akan digunakan sebagai tempat pengumpulan data pesanan (input order). Jadi alur produksi akan dimulai dari ruang 2 ini, lalu ke ruang 1, dan terakhir ke ruang 3.
3. Ruang tengah ini akan digunakan sebagai tempat packing pesanan, tempat utama yang paling sering digunakan nantinya . Ruangan ini dipilih karena tempatnya yang luas, juga karena ruangan ini mendapat sinar matahari dan udara paling banyak, yang nantinya diperlukan agar lingkungan packing pesanan lebih sehat.
4. Dapur. Tempat makan dan istirahat dari kesibukan usaha.
5. Storage. Tempat ini kemungkinan besar tidak akan dipakai karena luas ruangnya yang sangat kecil dan tidak bisa digunakan untuk keperluan usaha.
6. Kamar mandi.
7. Lorong.

b. Layout Instagram

Penataan Instagram dibuat seperti gambar-gambar yang tertera di bawah ini. Pada bagian atas, terdapat username instagram perusahaan yaitu @solaceinyourhouse. Selanjutnya di bawahnya, terdapat nama toko perusahaan yaitu “SOLACE GIFT”, diikuti dengan bio berupa produk yang perusahaan jual, domisili perusahaan, jasa pengiriman untuk produk perusahaan, serta tautan link untuk pemesanan / order. Kemudian, di bagian selanjutnya yaitu foto-foto untuk feeds yang dibuat secara acak, dan tidak mengikuti ketentuan khusus. Foto untuk feeds dibuat *se-aesthetic* mungkin, agar dapat menarik perhatian pembeli.



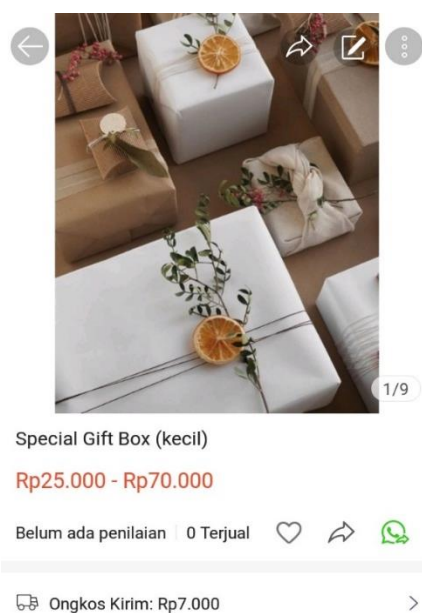
Gambar 7. Layout Instagram 1



Gambar 8. Layout Instagram 2

c. Layout Shopee

Laman shopee perusahaan memiliki username @solaceinyourhouse. Perusahaan memasukkan 3 jenis produk pada laman Shopee perusahaan, yaitu Special Gift Box (kecil), Special Gift Box (sedang), dan Special Gift Box (besar). Bentuk layout produk perusahaan terlihat seperti gambar di bawah ini:



Gambar 9. Layout Shopee 1



Gambar 10. Layout Shopee 2

Pada halaman awal produk, perusahaan menyajikan gambar ketika gift box telah tertutup packaging / kemasan. Selanjutnya, perusahaan juga menyajikan gambar ketika gift box terbuka dan terlihat snack-snack di dalamnya.

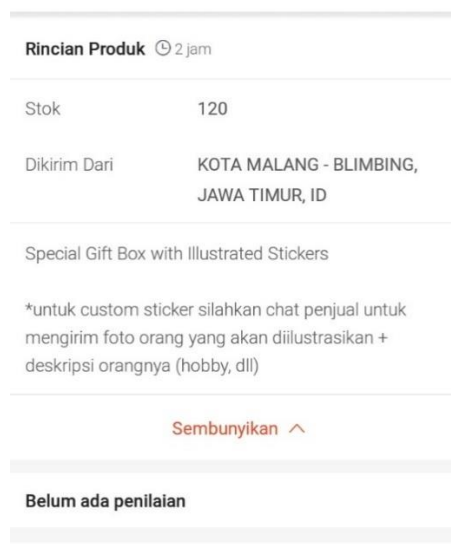


Gambar 11. Layout Shopee 3

Perusahaan juga menampilkan contoh ilustrasi stiker yang bisa pembeli custom sesuai permintaan.



Gambar 12. Layout Shopee 4



Gambar 13. Layout Shopee 5

Pada bagian selanjutnya, tepatnya di bagian bawah gambar-gambar, tertera variasi harga snack dan juga stiker yang bisa dipilih oleh pembeli sesuai keinginan mereka. Variasi snack dimulai dari harga Rp5.000 hingga Rp30.000, sementara variasi stiker dimulai dari harga Rp10.000 hingga Rp30.000. Harga tersebut belum termasuk harga total, karena masih ada harga untuk box yang dipilih (kecil, sedang, atau besar). Selanjutnya, di bagian deskripsi produk, perusahaan juga menuliskan bahwa pembeli wajib menghubungi perusahaan melalui chat untuk pembuatan stiker gift box mereka.

7. Manajemen Persediaan

Kegiatan-kegiatan yang perusahaan lakukan dalam manajemen persediaan di antaranya:

- a. Penentuan jumlah order. Dalam hal ini, perusahaan menggunakan sistem model perhitungan Economic Order Quantity (EOQ)
- b. Safety Stock. Secara sederhana, penetapan jumlah barang sebagai persediaan untuk keamanan gudang juga perlu dianalisis supaya tidak terdapat kelebihan atau kekurangan. Perusahaan menggunakan model Expected Value dalam menghitung safety stock.
- c. Inventory System. Sistem ini merupakan suatu cara untuk menetapkan kapan dan bagaimana sebuah pembelian harus dilakukan untuk mengisi kembali inventaris perusahaan. Perusahaan menggunakan teknik reorder point.

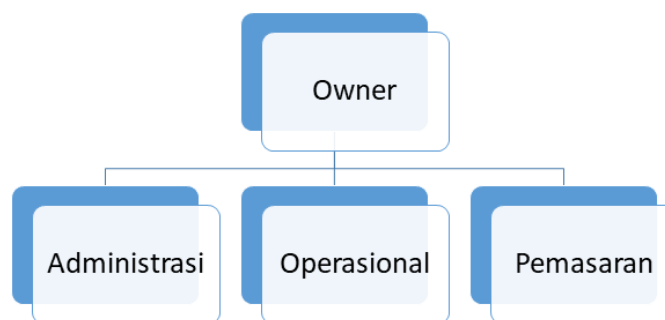
8. Pengawasan Kualitas Produk

- a. Perencanaan kualitas merupakan kegiatan peningkatan kualitas dari produk dan merupakan suatu kegiatan untuk mencukupi keinginan pembeli. Langkah-langkah yang akan perusahaan lakukan yaitu:

- Memutuskan target konsumen
 - Memutuskan kebutuhan atau keinginan konsumen
 - Membuat produk dengan kualitas dengan dasar kebutuhan dan keinginan konsumen
 - Memutuskan langkah-langkah yang diperlukan sebagai petunjuk jalannya produksi
- b. Pengendalian kualitas. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu:
- Evaluasi kinerja sebenarnya
 - Menganalisis perbedaan kinerja sebenarnya dengan tujuan
 - Mengambil tindakan atas perbedaan tersebut
- c. Perbaiki kualitas.

IV. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan



Gambar 14. Perencanaan Pekerjaan

Proses perencanaan menggunakan model dari bawah ke atas, dengan spesifikasi pekerjaan sebagai berikut:

- a. Owner, dalam usaha ini owner merangkap sebagai manajer yang bertugas untuk mengawasi, mengontrol, serta bertanggung jawab kepada setiap departemen.
- b. Administrasi, terdiri dari:
 - Bagian keuangan yang bertugas untuk mengatur keuangan, membuat pembukuan dan laporan keuangan, memahami analisa terhadap perhitungan.
 - Bagian kesekretariatan yang bertugas untuk mengurus surat menyurat serta bisa mengoperasikan ms excel dan ms word.
- c. Operasional, terdiri dari:
 - Bagian persediaan bahan baku yang bertugas memeriksa, memastikan, dan mengurus bahan baku.
 - Bagian pengelolaan dan pengemasan yang bertugas mendesain stiker dan mengemas produk sesuai dengan pesanan customer.
- d. Pemasaran
 - Bagian pengiriman dan distribusi yang bertugas mengirim dan sebagai distributor kelayanan ekspedisi
 - Bagian customer service bertugas sebagai admin semua media sosial hingga e-commerce.

2. Pengorganisasian

Dalam tahap pengorganisasian meliputi dua sesi yaitu recruitment dan seleksi. Pada recruitment syarat dan persyaratan yang dibutuhkan tidak begitu khusus, karena masih dalam skala kecil. Maka kriteria sederhana seperti bisa menggunakan excel dan word, bisa membuat pembukuan, yang terpenting bisa desain. Untuk sarasannya perusahaan memberikan kesempatan ini kepada mahasiswa dan pelajar selama memenuhi kriteria sederhana di atas. Sementara untuk seleksi terdiri dari beberapa tahap;

- a. Pengumpulan berkas berupa CV dan portofolio untuk desain dan pembukuan
- b. Wawancara secara lisan.
- c. Tes pembuatan desain custom.

3. Pengarahan

Terdiri dari pelatihan, pengembangan dan penilaian kinerja. Pada tahap pelatihan SDM harus sudah memiliki kemampuan dasar dan keterampilan kerja sehingga mereka lebih mudah dalam beradaptasi, selain itu adanya fasilitas yang mencukupi mulai dari segi keuangan hingga kesehatan. Hal ini bisa diatasi dengan adanya bonus lembur, waktu cuti, serta suasana kerja yang nyaman dan aman.

Di proses pengembangan ini bisa diatasi dengan menambah jumlah karyawan bila pesanan melebihi batas maksimum dan memberikan upah yang sesuai dengan peningkatan usaha. Selain pengembangan SDM, ada pula pengembangan pada usaha di mana perusahaan akan terus memperluas usaha hingga bisa mencapai pasar nasional sebagai souvenir dan hadiah sehingga meningkatkan jumlah produksi, perusahaan juga akan terus melihat berbagai peluang dan potensi yang bisa dikembangkan sehingga perusahaan bisa terus melakukan inovasi, hingga di tahap pengembangan perusahaan bisa turut menjadi bagian dalam sponsorship sebagai sponsor yang mana bisa dilakukan dengan terus memperkuat brand dan kualitas agar dikenal masyarakat luas.

Dan yang terakhir penilaian kinerja atau yang dikenal dengan evaluasi kinerja, dilihat dari progress usaha seperti laba ruginya, meningkat atau menurunnya pesanan dan sebagainya. Bila terjadi hal ini maka yang perlu ditelusuri adalah segmentasi pasarnya dan SDM. Untuk solusinya pun beragam bisa pemecatan karyawan atau melakukan inovasi baru.

4. Pengendalian

Manajemen berupa kompensasi atau upah yang diberikan kepada pekerja. Upah atau balas jasa berdasarkan peraturan ketenagakerjaan pemerintah, dengan memperhatikan upah minimum setempat (UMR). Rincian upah yang dibayarkan kepada pekerja adalah sebagai berikut.

No	Jabatan	Upah Harian	Jumlah	Total
1	Owner 1	Rp 50.000,-	7 hari	Rp 350.000,-
2	Owner 2	Rp 50.000,-	7 hari	Rp 350.000,-

Total Upah Mingguan	Rp 700.000,-
---------------------	--------------

Tabel 1. Upah Perusahaan

V. Aspek Keuangan

1. Analisis sensitivitas

Prakiraan penjualan dan biaya didasarkan pada asumsi dan prakiraan yang dipengaruhi oleh ketidakpastian. Untuk itu diperlukan analisis sensitivitas untuk menguji seberapa sensitif proyek yang dilaksanakan terhadap perubahan harga input dan output, kesalahan pembangunan fasilitas fisik dan operasional, atau kelemahan prakiraan produksi.

a. Break Even Point (BEP)

	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
Penjualan	Rp 270,300,000.00	Rp 411,000,000.00	Rp 471,300,000.00
Biaya Produksi	Rp 93,900,000.00	Rp 93,900,000.00	Rp 93,900,000.00
Biaya Operasional	Rp 124,800,000.00	Rp 124,800,000.00	Rp 124,800,000.00
Kontribusi Margin	0.652608213	0.771532847	0.800763845
BEP rupiah	Rp 191,232,653.06	Rp 161,755,912.96	Rp 155,851,192.37
BEP UNIT	277.1487726	234.4288594	225.8712933

Tabel 2. BEP Perusahaan

b. Payback Period

	Payback Period		
	37524.97225		
Payback Period			
Tahun	Cash flow	Cummulative	
0	Rp10,100,000	Rp10,100,000	
1	Rp119,269,500	Rp129,369,500	
2	Rp258,538,500	Rp387,908,000	
3	Rp318,537,000	Rp706,445,000	

PP		Rp268,638,502		
		Rp318,537,000		
PP	1	tahun		
	0	bulan	0	hari
interest	12%			

Tabel 3. Payback Period Perusahaan

- c. NPV
interest 12%

Tahun	Cash flow	Discount factor	Present value
0	Rp 10,100,000	0.892857143	Rp 9,017,857
1	Rp 119,269,500	0.892857143	Rp 106,490,625
2	Rp 258,538,500	0.892857143	Rp 230,837,946
3	Rp 318,537,000	0.892857143	Rp 284,408,036
Total present value			Rp 630,754,464
NPV	Rp 490,557,392 LAYAK		

Tabel 4. NPV Perusahaan

VI. Analisis Hukum dan Lingkungan

1. Analisis Hukum

a. Bentuk Badan Hukum

Solace Gift berbentuk badan hukum firma. Firma adalah bentuk asosiasi untuk melakukan bisnis antara dua orang atau lebih dengan nama yang sama. Setiap anggota firma memiliki tanggung jawab bersama-sama dan sama-sama memiliki kewenangan untuk mewakili perusahaan dalam menjalankan usahanya, sehingga jika terjadi sesuatu semua pendiri dan anggota firma wajib bertanggung jawab demi kelangsungan perusahaan.

b. NPWP

Perusahaan telah mengurus NPWP Perusahaan ke Kantor Pelayanan Pajak Kota Malang. Fungsi NPWP sendiri merupakan fungsi dari media atau sarana pengelolaan pajak. Memiliki NPWP juga merupakan persyaratan dan diatur dalam Pasal 39 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Selain itu, NPWP yang telah perusahaan buat adalah salah satu dokumen pengajuan untuk pembuatan SIUP. Bukti NPWP telah dilampirkan pada lampiran.

c. Nomor Induk Berusaha

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Nomor 37 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pendaftaran Usaha, semua bentuk usaha wajib memiliki

Izin Tanda Daftar Usaha (TDP). Namun, sejak berlakunya Permendiknas Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, ada kemudahan bagi pelaku usaha baru untuk mengurus Perizinan Berusaha. Yaitu membuat nomor induk usaha atau NIB. NIB adalah identitas pelaku ekonomi yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan usaha secara sektoral. NIB adalah cara termudah untuk membangun usaha, karena pelaku usaha tidak lagi harus membuat SIUP atau NRP.

NIB juga berlaku sebagai:

- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 - Angka Pengenal Impor (API), jika pelaku usaha akan melakukan kegiatan impor
 - Akses Kepabeanan, jika pelaku usaha akan melakukan kegiatan ekspor
- Perusahaan telah mengurus NIB secara online melalui OSS (Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik). NIB telah dilampirkan di lampiran.

d. Surat Keterangan Domisili (SKDP)

SKDP adalah sertifikat lokasi perusahaan yang dirancang untuk menunjukkan lokasi resmi perusahaan yang berada di alamat tersebut. Perusahaan yang telah memiliki SKDP secara resmi diakui bertempat tinggal di lokasi yang disebutkan dalam dokumen. Selain itu, SKDP merupakan salah satu persyaratan dokumen yang diperlukan untuk memproses dokumen lain untuk legalitas suatu perusahaan. SKDP terlampir dalam lampiran.

e. Bukti Diri

Solace Gift juga telah dilengkapi dengan bukti diri mengenai identitas para pendiri firma berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) beserta kartu identitas lainnya yang dibutuhkan.

2. Analisis Lingkungan

a. Lingkungan Industri

- Ancaman masuk pendatang baru

Ancaman masuk pendatang baru akan selalu ada, apalagi untuk jenis usaha yang *mainstream* seperti usaha perusahaan ini. Tetapi, perusahaan cukup yakin bahwa usaha perusahaan mampu bertahan karena keunikan produk perusahaan yaitu pada *personalized* sticker yang perusahaan tawarkan kepada pembeli. Selain itu, ke depannya perusahaan akan terus melakukan inovasi, baik dalam inovasi, seperti:

1. Perubahan bahan pembuatan stiker menjadi lebih premium;
2. Penambahan variasi bentuk dan ukuran kemasan;
3. Penambahan parfum / *scent* pada produk supaya wangi saat box dibuka; atau
4. Penambahan variasi snack

- Persaingan sesama perusahaan

Solace Gift kemungkinan besar tidak akan terjadi persaingan sesama perusahaan, karena produk yang perusahaan buat masih dalam satu jenis yaitu gift box.

- Ancaman dari produk pengganti
Ancaman jeni ini tentu saja ada dan akan terus bermunculan, mengetahui banyaknya orang yang mencoba usaha gift box. Tetapi, perusahaan masih yakin dengan keunggulan produk perusahaan yang jarang ditawarkan oleh sesama usaha gift box di luar sana. Selain itu, jika ada produk pengganti yang memiliki konsep sama dengan perusahaan, perusahaan akan mengatasinya dengan melakukan inovasi dan mencoba variasi marketing yang baru untuk menarik pasar.
- Kekuatan tawar-menawar pembeli
Kekuatan ini bisa dibilang rendah karena perusahaan menjual produk yang sudah diprouksi melalui *marketplace*, sehingga kemungkinan pembeli untuk meminta pengurangan harga akan lebih kecil.
- Kekuatan tawar-menawar pemasok
Kekuatan ini bisa dibilang cukup tinggi karena perusahaan memasok bahan-bahan dari toko yang menjual bahan-bahan secara grosir. Apalagi jika perusahaan sudah menjadi langganan, kemungkinan untuk meminta diskon atau kesepakatan yang menguntungkan akan sangat mungkin terjadi kedepannya.

b. Lingkungan Hidup

Keputusan Nomor 27 Tahun 1999 tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan menyebutkan bahwa AMDAL adalah kajian tentang dampak lingkungan yang penting dan penting untuk pengambilan keputusan usulan usaha dan/atau kegiatan yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan untuk pelaksanaan usaha. Dan/atau aktivitas diperlukan. Atau aktivitas. Perusahaan bertanggung jawab atas persetujuan AMDAL (penilaian dampak lingkungan). Izin ini meliputi:

- Dokumen Analisis Dampak Lingkungan Hidup (ANDAL)
- Dokumen Rencana Pengelolaan Lingkungan Hidup (RKL)
- Dokumen Rencana Pemantauan Lingkungan Hidup (RPL)
- Dokumen Ringkasan Eksekutif

Dengan adanya izin AMDAL, perusahaan dapat dianggap telah memenuhi kriteria sebagai perusahaan yang layak dan tidak terlalu berdampak buruk terhadap lingkungan hidup. Dokumen-dokumen perizinan terlampir.

SIMPULAN

Solace Gift adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang souvenir dan hadiah. Hasil analisis studi kelayakan usaha pada analisis swot, analisis pasar dan pemasaran, analisis teknis dan teknologi, aspek manajemen dan operasional, analisis keuangan, serta analisis hukum dan lingkungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa usaha Solace Gift layak karena telah mempertimbangkan aspek-aspek tersebut untuk keberlangsungan usaha di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2021. "Statistik Indonesia 2021". Retrieved April 18, 2022 (<https://www.bps.go.id/publication/2021/02/26/938316574c78772f27e9b477/statistik-indonesia-2021.html>)
- IONUT, CEAUSESCU. 2015. "Figure No.1 The Place of Opportunity throughout the Project-Specific Documentation." (1):515–19.
- KBBI. n.d. "Arti Kata Analisis - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Retrieved March 15, 2022 (<https://kbbi.web.id/analisis>).
- Nurmalita, Rita. n.d. 2018. "Studi Kelayakan Bisnis - Rita Nurmalina, Tintin Sarianti, Arif Karyadi - Google Books." Retrieved March 15, 2022 (https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=J00IEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=studi+kelayakan+bisnis&ots=agh3akAIuJ&sig=05iimyApidFe7oFmGsdE7S6MYEw&redir_esc=y#v=onepage&q=studi+kelayakan+bisnis&f=false).
- Webster, Merriam. 1994. *Webster's New Encyclopedic Dictionary*. New York: Black Dog and Leventhan Publ. Inc.