

STUDI KELAYAKAN BISNIS

RENCANA PEMBUATAN BRAND KAOS “JOGJA OBLONGS”

RINGKASAN STUDI KELAYAKAN

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada program studi manajemen**



Disusun oleh:

Gustia Kumala Sari

2121 31722

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2024

TUGAS AKHIR
STUDY KELAYAKAN BISNIS
RENCANA PEMBUATAN BRAND KAOS "JOGJA OBLONG"

Dipersiapkan dan disusun oleh:

GUSTIA KUMALA SARI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131722

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 10 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Penguji



Conny Tjandra Raharja, Dra., MM.

Yogyakarta, 10 Februari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Studi kelayakan ini bertujuan untuk menganalisis potensi bisnis kaos Jogjaoblongs sebagai usaha pembuatan dan penjualan kaos khas Yogyakarta, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti pasar, keuangan, dan strategi operasional. Industri kaos, yang berperan penting dalam sektor ekonomi kreatif, semakin berkembang seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, analisis kelayakan investasi menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period*, dan *Break Even Point* (BEP) menunjukkan bahwa bisnis ini sangat menguntungkan dengan NPV positif, IRR yang tinggi, dan *Payback Period* yang cepat. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, di mana rekomendasi strategi untuk meningkatkan daya saing mencakup penguatan branding, inovasi produk, optimasi pemasaran digital, diversifikasi pasar, dan kolaborasi strategis. Dengan demikian, hasil studi kelayakan ini menunjukkan bahwa Jogjaoblongs memiliki potensi besar untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal serta sektor UMKM, mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Yogyakarta.

Kata kunci: studi kelayakan, bisnis kaos, Jogjaoblongs, NPV, IRR, *Payback Period*, *Break Even Point*, analisis SWOT, ekonomi kreatif, pemasaran digital, inovasi produk, pariwisata Yogyakarta, UMKM, strategi bisnis, branding, diversifikasi pasar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Industri pakaian jadi, termasuk usaha kaos, merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi kreatif di Indonesia. Kaos telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari yang tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media ekspresi diri. Berbagai inovasi desain, material yang nyaman, serta harga yang kompetitif membuat kaos menjadi produk yang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat.

Pada tahun 2023, Kota Yogyakarta mencatat kunjungan wisatawan sebanyak 7.249.803 orang (Kompas, 2024). Hingga akhir November 2024, jumlah ini meningkat signifikan menjadi 9,5 juta wisatawan, dengan estimasi total mencapai 10 juta hingga akhir tahun (Warta Jogjakota, 2024). Peningkatan ini didorong oleh beroperasinya Tol Prambanan yang mempermudah aksesibilitas ke kota. Selain itu, data dari Dinas Pariwisata DIY menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata meningkat dari 24.174.855 pada tahun 2023 menjadi 13.832.603 hingga pertengahan 2024 (Bappeda Jogjaprov, 2024).

Perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda, telah mendorong meningkatnya permintaan akan kaos yang modis dan personal (Ghazali, 2024). Selain itu, era digital membuka peluang besar melalui *platform online*, seperti *e-commerce* dan media sosial, yang memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Maghfiroh dkk., 2023). Namun, tingginya minat terhadap kaos juga menyebabkan persaingan yang semakin ketat (Wahyuni, 2023). Dalam kondisi ini, penting untuk melakukan studi kelayakan guna menentukan langkah-langkah strategis yang dapat memastikan keberhasilan usaha.

Jogjaoblongs adalah perusahaan jasa pembuatan dan penjualan kaos yang dijadikan sebagai souvenir atau oleh-oleh khas jogja. Perusahaan ini membantu para pengusaha lokal dalam pengembangan ekonomi kreatif yogyakarta dengan menghasilkan kaos oleh-oleh jogja yang unik sesuai keinginan pelanggan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 1.1 Logo Jogjaoblongs



Sumber: Logo dari *brand* Jogjaoblongs

Logo Jogjaoblongs adalah identitas visual dari brand Jogjaoblongs. Logo ini berbentuk lingkaran dengan warna dasar putih, di mana tulisan "Jogjaoblongs" didesain secara melengkung dan simetris, menggunakan warna oranye untuk teks dengan kombinasi garis tebal hitam. Di bagian bawah logo, terdapat tulisan "T-SHIRT JOGJA OBLONGS" dengan gaya sederhana sebagai informasi tambahan mengenai produk yang ditawarkan oleh *brand* ini.

Melalui studi kelayakan ini, usaha kaos diharapkan tidak hanya menjadi bisnis yang menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga mampu memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, usaha ini dapat menjadi salah satu solusi inovatif dalam menghadapi tantangan dan peluang di era modern.

Manfaat

Penyusunan studi kelayakan bisnis kaos ini memberikan berbagai manfaat, di antaranya:

1. Panduan Perencanaan Bisnis
2. Pengambilan Keputusan yang Tepat
3. Efisiensi Sumber Daya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Pengelolaan Risiko
5. Dukungan Pembiayaan
6. Kontribusi Sosial dan Ekonomi
7. Inovasi dan Daya Saing

Manfaat-manfaat ini menjadikan studi kelayakan sebagai langkah awal yang krusial untuk memastikan usaha kaos tidak hanya layak, tetapi juga mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Teori Strategi Pemasaran (*Marketing Mix* – 4P)

marketing mix atau bauran pemasaran adalah strategi yang melibatkan kombinasi berbagai elemen utama dalam pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi, untuk mencapai tujuan perusahaan di pasar sasaran.

1. Produk (*Product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, menimbulkan permintaan, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk tidak hanya berbentuk barang fisik, tetapi juga dapat berupa jasa atau kombinasi dari keduanya. Kaos didesain menarik dan unik dengan tulisan "Jogja" yang tersedia dalam berbagai ukuran dan warna.
2. Harga (*Price*) adalah sejumlah uang (dan terkadang ditambah produk tertentu) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang beserta layanannya. Setelah produk siap dipasarkan, perusahaan akan menetapkan harga sebagai bagian dari strategi pemasaran. Rp25.000-Rp100.000.
3. Tempat (*Place*) Dalam bauran pemasaran, tempat sering disebut sebagai saluran distribusi, yaitu jalur yang digunakan untuk menyampaikan produk dari produsen ke konsumen. saluran distribusi adalah cara produsen menyalurkan produk mereka hingga mencapai konsumen atau industri pengguna kaos dijual di toko oleh-oleh sepanjang jalan malioboro.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Promosi (*Promotion*) adalah suatu komunikasi dalam melakukan penjualan. Komunikasi penjualan ini mencakup aktivitas untuk membujuk, memberi informasi, dan membuat sasaran lebih banyak mengenai suatu perusahaan serta produk yang ditawarkan sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian, penggunaan, serta menjadi loyal pada barang atau jasa yang ditawarkan. Kerjasama dapat dilakukan seperti melakukan kolaborasi dengan toko oleh-oleh dan promosi melalui sosial media serta *marketplace*.

Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian merujuk pada batasan-batasan yang ditetapkan untuk menentukan area yang akan diteliti dalam suatu studi. Penentuan ruang lingkup penelitian bertujuan untuk memfokuskan topik penelitian, agar dapat dilakukan secara lebih mendalam dan terarah. Ruang lingkup penelitian mencakup beberapa aspek penting, antara lain:

1. Unit Analisis: Objek penelitian ini adalah perusahaan kaos dengan nama *brand* Jogjaoblongs.
2. Lokasi: Lokasi penelitian ini adalah perusahaan kaos Jogjaoblongs yang berlokasi di Semail, Bantul, Yogyakarta, Indonesia.
3. Waktu: Waktu penyusunan studi kelayakan bisnis ini dimulai pada Bulan September 2024 - Desember 2024.

Dengan mendefinisikan ruang lingkup penelitian secara jelas, peneliti dapat menjaga fokus, menghindari cakupan yang terlalu luas, dan meningkatkan validitas serta relevansi hasil yang diperoleh.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis untuk brand kaos "Jogjaoblongs" difokuskan pada strategi penjualan langsung, kolaborasi, serta promosi digital. Penjualan langsung akan dilakukan di lokasi-lokasi strategis seperti kawasan wisata

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan pusat keramaian di Yogyakarta, sehingga produk dapat langsung menjangkau wisatawan yang menjadi target utama. Penjualan ini memberikan pengalaman langsung kepada konsumen untuk melihat dan memilih desain kaos yang unik, menciptakan kesan personal dan meningkatkan peluang pembelian. Selain itu, kolaborasi dengan toko oleh-oleh juga akan memperluas jangkauan pasar, menjadikan "Jogjaoblongs" lebih mudah diakses oleh wisatawan yang mencari produk lokal sebagai cenderamata khas Yogyakarta.

Potensi Pasar Wisatawan

Potensi pasar wisatawan untuk brand kaos "Jogjaoblongs" sangat besar, mengingat tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Berdasarkan data, Yogyakarta mencatat kunjungan sebanyak 7,2 juta wisatawan pada tahun 2023, dengan peningkatan signifikan pada tahun 2024 yang diproyeksikan mencapai 10 juta wisatawan. Peningkatan jumlah ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti beroperasinya infrastruktur pendukung pariwisata, termasuk Tol Prambanan, serta popularitas Yogyakarta sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah.

Segmentasi pasar, Target pasar dan *Market positioning*

Segmentasi pasar untuk brand kaos "Jogjaoblongs" dilakukan berdasarkan faktor geografis, demografis, dan psikografis. Secara geografis, pasar utama adalah wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta, baik domestik maupun mancanegara. Dari sisi demografis, segmentasi mencakup kelompok usia muda hingga dewasa (18–45 tahun) yang memiliki minat terhadap produk lokal dengan nilai budaya.

Target pasar "Jogjaoblongs" adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke Yogyakarta untuk liburan atau perjalanan bisnis. Wisatawan ini biasanya mencari oleh-oleh yang mudah dibawa, bernilai estetik, dan memiliki keterkaitan dengan budaya lokal.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

"Jogjaoblongs" diposisikan sebagai brand kaos khas Yogyakarta yang mengombinasikan nilai budaya lokal dengan desain modern. *Brand* ini menawarkan produk yang tidak hanya menjadi oleh-oleh, tetapi juga menjadi simbol identitas Jogja yang *stylish* dan relevan untuk gaya hidup masa kini. Dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang terjamin, "Jogjaoblongs" berupaya menjadi pilihan utama wisatawan dan masyarakat lokal ketika mencari kaos kasual yang mencerminkan keunikan Yogyakarta. Strategi ini memperkuat citra *brand* sebagai produk autentik, bernilai seni, dan *fashionable*.

Aspek Produksi

Aspek produksi untuk *brand* kaos "Jogjaoblongs" melibatkan beberapa tahap penting yang mencakup pengadaan bahan baku, proses desain, hingga tahap pencetakan dan finishing. Bahan baku utama, seperti kain PE 24s, tinta sablon, label, dan benang, dipilih dengan cermat untuk memastikan kualitas kaos yang tinggi. Proses desain juga merupakan bagian krusial, di mana desain kaos yang akan diproduksi harus mencerminkan elemen-elemen budaya Yogyakarta dengan sentuhan yang modern dan menarik bagi pasar target.

Gambar 4.1 Proses Produksi Jogjaoblongs



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Proses produksi kaos "Jogjaoblongs" dilakukan secara efisien dengan memperhatikan waktu dan biaya produksi. Setelah desain disetujui, bahan baku akan dipotong sesuai ukuran dan model yang diinginkan. Selanjutnya, tahap penyablonan dilakukan untuk mencetak desain pada kain dengan menggunakan tinta sablon berkualitas. Mesin sablon yang digunakan memiliki kapasitas produksi yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar. Setelah proses sablon selesai, tahap berikutnya adalah penjahitan, di mana kaos akan dirakit dengan benang jahit dan benang obras yang memastikan ketahanan jahitan dan kenyamanan saat dipakai. Proses terakhir adalah pengepakan, di mana kaos dikemas dalam plastik packing untuk menjaga kualitasnya hingga sampai ke tangan konsumen.

Gambar 4.2 Desain Kaos Jogjaoblongs



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Gambar 4.3 Kaos Jogjaoblongs



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kaos Jogjaoblongs menampilkan desain yang unik dengan elemen visual khas Yogyakarta, menggabungkan kreativitas lokal dengan tema budaya dan sejarah. Setiap kaos dirancang menggunakan kombinasi warna menarik dan tipografi yang mencerminkan identitas kota, menjadikannya tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media ekspresi kebanggaan terhadap Yogyakarta. Produk ini dirancang dengan kualitas bahan yang nyaman, ideal untuk digunakan sehari-hari maupun sebagai oleh-oleh khas.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis memberikan dasar yang kuat untuk mengevaluasi potensi keberhasilan dan risiko dari suatu bisnis. Dengan melakukan analisis yang mendalam terhadap kebutuhan investasi, sumber pendanaan, proyeksi pendapatan dan biaya, serta kriteria penilaian investasi, pemilik bisnis dan investor dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi. Keberhasilan bisnis sangat bergantung pada pengelolaan aspek keuangan yang cermat dan berkelanjutan.

Tabel 4.1 Investasi Awal

ALAT	UNIT	HARGA PERUNIT	HARGA BELI
Mesin Potong Bis/Bias	1	Rp 5.010.000	Rp 5.010.000
Mesin Potong kain octa	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
mesin overdeck	2	Rp 7.300.000	Rp 14.600.000
Mesin Jahit	2	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000
Mesin Obras	2	Rp 6.000.000	Rp 12.000.000
Kursi Jahit	6	Rp 150.000	Rp 900.000
screen kayu 40X60	6	Rp 70.000	Rp 420.000
mesin press sablon	2	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
Rakel	5	Rp 100.000	Rp 500.000
meja sablon 3 papan	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
meja afdruk	2	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000
heat gun	2	Rp 200.000	Rp 400.000
Mesin Printer	1	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
Komputer 1 set	1	Rp 6.500.000	Rp 6.500.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Mesin Press Uap	1	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000
Rak Stock Display	4	Rp 2.000.000	Rp 8.000.000
Meteran	4	Rp 10.000	Rp 40.000
alat kebersihan	1	Rp 200.000	Rp 200.000
lampu jahit	4	Rp 25.000	Rp 100.000
Lampu	5	Rp 20.000	Rp 100.000
jarum jahit	10	Rp 7.000	Rp 70.000
Gunting	5	Rp 17.000	Rp 85.000
pinset benang	10	Rp 3.000	Rp 30.000
minyak jahit	12	Rp 5.000	Rp 60.000
spool jahit	10	Rp 5.000	Rp 50.000
obat afdruk	5	Rp 50.000	Rp 250.000
pisau mesin potong	10	Rp 23.000	Rp 230.000
INVESTASI AWAL:			Rp 71.945.000

memberikan rincian investasi awal untuk kebutuhan peralatan produksi dengan total sebesar Rp71.945.000.

Tabel 4.2 Tabel Rincian Bahan Baku dan Biaya Produksi Kaos

BAHAN BAKU	UNIT	Satuan	HARGA PERUNIT
Kain Pe 24s	0,3	KG	Rp 8.200
Tinta Sablon	0,020	KG	Rp 700
Hand Tag	1	PC	Rp 100
Label Ukuran	1	PC	Rp 300
plastik packing	1	PC	Rp 200
benang jahit	150	METER	Rp 400
Benang obras	180	METER	Rp 600
INVESTASI:			Rp 10.500

Bahan baku yang digunakan untuk produksi ini meliputi kain PE 24s, label, hand tag, tinta sablon, benang jahit dan benang obras, serta plastik packing terdapat investasi awal sebesar Rp10.500.

Tabel 4.3 Total HPP Kaos

BBB		JUMLAH	PER PRODUKSI
	Kaos	100	1.050.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BTKL			
	Desainer	1	75.000
	Pemotong	2	150.000
	Penjahit	3	225.000
	Operator sablon	2	150.000
	Packing	1	75.000
BOP			
	Wifi		11.500
	Biaya listik		20.000
PRODUK PERHARI			100
HPP PERUNIT			17.565
%MARGIN LABA			25%
HARGA PERUNIT			21.956
LABA			4.435

HPP per unit kaos dihitung sebesar Rp17.565, dengan harga jual per unit Rp21.956 setelah margin laba sebesar 25%. Total produksi per bulan adalah 2.600 unit dengan kapasitas produksi harian 100 unit.

Tabel 4.4 Biaya Depresiasi

ALAT	UNIT	HARGA PERUNIT	HARGA BELI	NILAI RESIDU	USIA EKONOMIS	DEP	DEP PER TAHUN
Mesin Potong Bis/Bias	1	Rp 5.010.000	Rp 5.010.000	Rp 1.002.000	5	Rp 1.002.000	Rp 200.400
Mesin Potong kain octa	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 300.000	5	Rp 300.000	Rp 60.000
mesin overdeck	2	Rp 7.300.000	Rp 14.600.000	Rp 2.920.000	5	Rp 2.920.000	Rp 584.000
Mesin Jahit	2	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000	Rp 1.000.000	5	Rp 1.000.000	Rp 200.000
Mesin Obras	2	Rp 6.000.000	Rp 12.000.000	Rp 2.400.000	5	Rp 2.400.000	Rp 480.000
Kursi Jahit	6	Rp 150.000	Rp 900.000	Rp 180.000	5	Rp 180.000	Rp 36.000
screen kayu 40X60	6	Rp 70.000	Rp 420.000	Rp 84.000	5	Rp 84.000	Rp 16.800
mesin press sablon	2	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	Rp 800.000	5	Rp 800.000	Rp 160.000
Rakel	5	Rp 100.000	Rp 500.000	Rp 100.000	5	Rp 100.000	Rp 20.000
meja sablon 3 papan	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 240.000	5	Rp 240.000	Rp 48.000
meja afdruk	2	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000	Rp 1.000.000	5	Rp 1.000.000	Rp 200.000
heat gun	2	Rp 200.000	Rp 400.000	Rp 80.000	5	Rp 80.000	Rp 16.000
Mesin Printer	1	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 600.000	5	Rp 600.000	Rp 120.000
Komputer 1 set	1	Rp 6.500.000	Rp 6.500.000	Rp 1.300.000	5	Rp 1.300.000	Rp 260.000
Mesin Press Uap	1	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	Rp 540.000	5	Rp 540.000	Rp 108.000
Rak Stock Display	4	Rp 2.000.000	Rp 8.000.000	Rp 1.600.000	5	Rp 1.600.000	Rp 320.000
Meteran	4	Rp 10.000	Rp 40.000	Rp 8.000	5	Rp 8.000	Rp 1.600
alat kebersihan	1	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 40.000	5	Rp 40.000	Rp 8.000
lampu jahit	4	Rp 25.000	Rp 100.000	Rp 20.000	5	Rp 20.000	Rp 4.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Lampu	5	Rp 20.000	Rp 100.000	Rp 20.000	5	Rp 20.000	Rp 4.000
jarum jahit	10	Rp 7.000	Rp 70.000	Rp 14.000	5	Rp 14.000	Rp 2.800
Gunting	5	Rp 17.000	Rp 85.000	Rp 17.000	5	Rp 17.000	Rp 3.400
pinset benang	10	Rp 3.000	Rp 30.000	Rp 6.000	5	Rp 6.000	Rp 1.200
minyak jahit	12	Rp 5.000	Rp 60.000	Rp 12.000	5	Rp 12.000	Rp 2.400
spool jahit	10	Rp 5.000	Rp 50.000	Rp 10.000	5	Rp 10.000	Rp 2.000
obat afdruk	5	Rp 50.000	Rp 250.000	Rp 50.000	5	Rp 50.000	Rp 10.000
pisau mesin potong	10	Rp 23.000	Rp 230.000	Rp 46.000	5	Rp 46.000	Rp 9.200
INVESTASI AWAL:			Rp 71.945.000	Rp 14.234.000	5	14.389.000	2.877.800

menyajikan rincian biaya depresiasi berbagai alat yang digunakan dalam operasional, yang mencakup kolom-kolom seperti nama alat, jumlah unit, harga per unit, harga beli, nilai residu, usia ekonomis, total depresiasi (DEP), dan depresiasi per tahun.

Tabel 4.5 Aktivitas

No	Aktivitas	Target Waktu				
		Bulan:	Januari			
		Minggu:	I	II	III	IV
1	Memilih dan Menentukan Supplier					
2	Membeli Bahan, Alat, dan Kemasan					
3	Trial dan Error					
4	Menghitung HPP dan Menentukan Harga					
5	Melakukan Promosi					
6	Memulai Produksi					

menggambarkan rencana aktivitas yang akan dilakukan selama bulan Januari, terstruktur berdasarkan target waktu mingguan.

Tabel 4.6 Kapasitas Produksi

Jumlah Produksi per Hari				
Keterangan	Jumlah	Jumlah Produksi	Total	Satuan
Karyawan	9	100	100	PCS
		Produksi per bulan	2600	PCS
		Produksi per tahun	31200	PCS

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menjelaskan kapasitas produksi harian, bulanan, dan tahunan untuk suatu usaha. Dengan 9 karyawan, jumlah produksi per hari mencapai 100 unit atau 100 pcs. Dalam satu bulan, total produksi direncanakan sebanyak 2.600 pcs, sementara kapasitas produksi tahunan mencapai 31.200 pcs.

Tabel 4.7 Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta (2023-2024)

Tahun	Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta
2023	Kota Yogyakarta mencatat kunjungan wisatawan sebanyak 7.249.803 orang (Kompas, 2024).
2024	Data dari Dinas Pariwisata DIY menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata meningkat dari 24.174.855 pada tahun 2023 menjadi 13.832.603 hingga pertengahan 2024 (Bappeda Jogjaprov, 2024).

jumlah kunjungan wisatawan di yogyakarta dari tahun 2023 hingga 2024, pada tahun 2024 jumlah pengunjung di Yogyakarta meningkat menjadi 13.832.603 pengunjung.

Tabel 4.8 Estimasi Permintaan

TAHUN	KUANTITAS	HPP	HARGA	TOTAL PENJUALAN
2024	31.200	Rp17.565	Rp22.000	Rp686.400.000
2025	34.320	Rp18.443	Rp23.100	Rp792.792.000
2026	37.752	Rp19.365	Rp24.255	Rp915.674.760
2027	41.527	Rp20.334	Rp25.468	Rp1.057.604.348
2028	45.680	Rp21.350	Rp26.741	Rp1.221.533.022

Pada tahun 2024, estimasi permintaan adalah 31.200 unit didapat dari 2% jumlah wisatawan dijogja tahun 2024 dibagi 12% peminat kaos jogjaoblongs

Tabel 4.9 Laba-Rugi

	TAHUN				
	2024	2025	2026	2027	2028
Peng. Penjualan					

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Unit	Rp686.400.000	Rp792.792.000	Rp915.674.760	Rp1.057.604.348	Rp1.221.533.022
HPP UNIT	Rp548.028.000	Rp632.972.340	Rp731.083.053	Rp844.400.926	Rp975.283.069
Peng. Pjln	Rp138.372.000	Rp159.819.660	Rp184.591.707	Rp213.203.422	Rp246.249.952
B Depresiasi	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800
B Oprasional	Rp66.128.400	Rp69.434.820	Rp72.906.561	Rp76.551.889	Rp80.379.484
B Sewa	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000
B Transportasi	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000
B Promosi	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Laba Sebelum Pajak	Rp45.865.800	Rp64.007.040	Rp85.307.346	Rp110.273.733	Rp139.492.669
B Pajak (0,5%)	Rp691.860	Rp799.098	Rp922.959	Rp1.066.017	Rp1.231.250
Laba Setelah Pajak	Rp45.173.940	Rp63.207.942	Rp84.384.388	Rp109.207.716	Rp138.261.419

laba bersih juga menunjukkan tren positif, dari Rp45.173.940 pada 2024 menjadi Rp138.261.419 pada 2028, mencerminkan pertumbuhan keuntungan yang stabil selama lima tahun.

Tabel 4.10 Arus Kas Masuk

	TAHUN				
	2024	2025	2026	2027	2028
Peng. Penjualan					
Unit	Rp686.400.000	Rp792.792.000	Rp915.674.760	Rp1.057.604.348	Rp1.221.533.022
HPP	Rp548.028.000	Rp632.972.340	Rp731.083.053	Rp844.400.926	Rp975.283.069
Peng. Pjln	Rp138.372.000	Rp159.819.660	Rp184.591.707	Rp213.203.422	Rp246.249.952
B Depresiasi	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800
B operasional	Rp66.128.400	Rp69.434.820	Rp72.906.561	Rp76.551.889	Rp80.379.484
B Sewa	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000	Rp15.000.000
B Transportasi	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000
B Promosi	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Laba Sebelum Pajak	Rp45.865.800	Rp64.007.040	Rp85.307.346	Rp110.273.733	Rp139.492.669
B Pajak (0,5%)	Rp691.860	Rp799.098	Rp922.959	Rp1.066.017	Rp1.231.250
Laba Setelah Pajak	Rp45.173.940	Rp63.207.942	Rp84.384.388	Rp109.207.716	Rp138.261.419
B Depresiasi	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800	Rp2.877.800
ARUS KAS MASUK	Rp48.051.740	Rp66.085.742	Rp87.262.188	Rp112.085.516	Rp141.139.219

Ketika depresiasi dimasukkan kembali, arus kas masuk meningkat dari Rp48.051.740 pada 2024 menjadi Rp141.139.219 pada 2028, mencerminkan likuiditas yang semakin kuat dalam lima tahun tersebut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.11 Neraca

NERACA PER 31 DESEMBER KAOS			
AKTIVA		UTANG DAN MODAL	
AKT LANCAR		UTANG	
KAS	Rp48.051.740		
AKT TETAP		MODAL SENDIRI	
PERALATAN	Rp71.955.500		Rp120.007.240
TOTAL ASET	Rp120.007.240	TOTAL UTANG DAN MODAL	Rp120.007.240

menunjukkan neraca per 31 Desember untuk perusahaan Kaos, yang mencakup bagian aktiva dan utang serta modal. dengan total aset, yaitu Rp120.007.240.

Tabel 4.12 Kelayakan

JENIS ARUS KAS	TH	CASH FLOW	25%	i=25%	KOMULATIF
	0	-Rp 71.955.500	1		Rp 71.955.500
ARUS KAS MASUK	1	Rp 48.051.740	0.80	Rp 38.441.392	Rp 38.441.392
	2	Rp 66.085.742	0.64	Rp 42.294.875	Rp 80.736.267
	3	Rp 87.262.188	0.51	Rp 44.678.240	Rp 125.414.507
	4	Rp 112.085.516	0.41	Rp 45.910.227	Rp 171.324.734
	5	Rp 141.139.219	0.33	Rp 46.248.499	Rp 217.573.233

Tabel 4.13 IRR

Total Arus Kas	Rp217.573.233
Investas Awal	Rp71.955.500
NPV	Rp145.617.733
NPV>0	LAYAK
IRR	88%

Berdasarkan perhitungan Net Present Value (NPV), diperoleh nilai NPV sebesar Rp145.617.733, yang lebih besar dari nol, sehingga investasi ini dinyatakan layak. IRR yang dihitung sebesar 88%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.14 Payback Period

JENIS ARUS KAS	TH	CASH FLOW	25%	i=25%	KOMULATIF
	0	-Rp 71.955.500	1		Rp 71.955.500
ARUS KAS MASUK	1	Rp 48.051.740	0.80	Rp 38.441.392	Rp 38.441.392
	2	Rp 66.085.742	0.64	Rp 42.294.875	Rp 80.736.267
	3	Rp 87.262.188	0.51	Rp 44.678.240	Rp 125.414.507
	4	Rp 112.085.516	0.41	Rp 45.910.227	Rp 171.324.734
	5	Rp 141.139.219	0.33	Rp 46.248.499	Rp 217.573.233
PAYBACK PERIOD					22
					1,8 TAHUN

Berdasarkan perhitungan tersebut, Payback Period untuk investasi ini adalah 1,8 tahun, yang menunjukkan bahwa investasi ini akan kembali modal dalam waktu relatif singkat.

Tabel 4.15 Break Even Point

BEP	
Biaya Tetap	Rp18.369.000
Biaya Variabel Perunit	
Produksi	Rp10.500
Oprasional	Rp4.435
Harga Jual	Rp22.000
	Rp2.600

Berdasarkan rumus BEP, jumlah unit yang harus diproduksi dan dijual untuk mencapai titik impas adalah 2.592 unit per bulan, menunjukkan bahwa proyek dapat menutupi biaya tetap dan variabel setelah mencapai volume tersebut.

Aspek Organisasi

Aspek organisasi dalam studi kelayakan bisnis adalah salah satu komponen penting yang berfungsi untuk menganalisis struktur dan tata kelola organisasi yang akan menjalankan bisnis. Analisis ini memastikan bahwa bisnis memiliki sumber

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

daya manusia, sistem, dan struktur yang memadai untuk mendukung operasional dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Fokus utama dari aspek organisasi adalah memastikan bahwa peran, tanggung jawab, dan hubungan kerja dalam organisasi dikelola secara efisien dan efektif..

Gambar 4.5 Ruang Kerja Jogjaoblongs



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Ruang Kerja Jogjaoblongs menggambarkan suasana produktif dengan tata letak yang rapi dan fungsional. Dilengkapi dengan mesin jahit modern, meja kerja luas, serta rak penyimpanan bahan, ruang ini dirancang untuk mendukung efisiensi dalam setiap tahap produksi. Pencahayaan yang memadai serta pengaturan alat yang terorganisir menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan optimal untuk menghasilkan produk kaos berkualitas tinggi.

Berikut susunan organisasi Jogjaoblongs:

1. Owner

Pimpinan pada usaha jogjaoblongs adalah satu orang. Seorang pemimpin ini merupakan pemimpin paling tinggi serta memiliki beberapa tugas sebagai berikut:

- a. Pelaksana kegiatan pemimpinan, pengkoordinasian, serta pengawasan kegiatan Perusahaan
- b. Penyediaan anggaran untuk keperluan produksi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- c. Pembelian bahan-bahan keperluan
- d. Penetapan rencana kerja serta kebijakan penting pada saat mengelola Perusahaan
- e. Penjalinan relasi bersama dengan promotor
- f. Pengelolaan administrasi keuangan (mengatur gaji, pengeluaran, dan pemasukan)

2. Bagian Produksi

Pada bagian produksi ini setiap pegawai melaksanakan tugas sesuai *job description* yang diberikan. Pegawai dalam perusahaan ini adalah, bagian desain 1 pegawai, bagian pemolaan dan pemotongan 2 pegawai, penjahit 3 pegawai, operator sablon 2 pegawai, serta *finishing* dan *packing* 1 pegawai

Penjelasan dari setiap *job description* pegawai adalah sebagai berikut:

- a. Pegawai pemolaan dan pemotongan memiliki tugas dalam pembuatan pola dasar yang digunakan sebagai dasar pemotongan bahan yang akan dilakukan penjahitan
- b. Desainer memiliki tugas membuat desain kaos yang unik dan menarik serta mengusulkan ide desain dan juga berkolaborasi dengan tim produksi untuk memastikan desain dapat diwujudkan secara efektif.
- c. Pegawai bagian jahit memiliki tugas untuk melakukan penjahitan pada bahan yang sudah dipotong berdasar pola.
- d. Pegawai bagian sablon memiliki tugas untuk menyablon yaitu pemberian tulisan atau gambar di bahan yang telah dilakukan penjahitan serta menyablon kaos sesuai desain yang telah ditentukan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah proses sistematis yang digunakan sebagai alat untuk mengenali variabel-variabel saat menyusun rencana perusahaan ke depannya. Analisis SWOT didekatkan pada pola pikir sebagai bahan pengoptimalan kekuatan serta peluang dengan bersamaan juga mengulangi kelemahan suatu perusahaan dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ancaman yang akan dihadapi. Faktor-faktor internal dan eksternal harus diidentifikasi terlebih dahulu, diikuti dengan evaluasi terhadap variabel-variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bagi perusahaan.

Berikut analisis SWOT untuk JogjaOblongs:

1. *Strengths* (Kekuatan)

- a. Ciri Khas Lokal
- b. Target Pasar Jelas
- c. Pemasaran *Online*
- d. Harga Kompetitif
- e. Ketersediaan Produk Lokal

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Ketergantungan pada Wisatawan
- b. Persaingan Tinggi
- c. Kurangnya Diversifikasi Produk
- d. Brand Awareness yang Terbatas

3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Ekspansi Pasar Nasional
- b. Kolaborasi dengan Seniman Lokal
- c. Pariwisata yang Kembali Pulih
- d. *Trend Fashion* Lokal
- e. Pengembangan *Merchandise* Lain

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Perubahan Tren Konsumen
- b. Kompetitor Baru
- c. Fluktuasi Ekonomi
- d. Ketergantungan pada Musim Liburan
- e. Masalah Logistik *Online*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SIMPULAN DAN REKOMENDASI KELAYAKAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis kelayakan investasi yang mencakup perhitungan NPV, IRR, *Payback Period*, dan BEP, bisnis ini dapat dianggap sangat layak untuk dijalankan. NPV yang positif sebesar Rp145.617.733 menunjukkan bahwa proyek ini akan menghasilkan keuntungan yang signifikan. Dengan IRR yang tinggi, yaitu Rp1, investasi ini menawarkan tingkat pengembalian yang sangat menguntungkan. Selain itu, *Payback Period* yang hanya 1,8 tahun menunjukkan bahwa modal akan kembali dalam waktu yang relatif singkat, menjadikan investasi ini aman secara finansial. Terakhir, dengan BEP mencapai 2.592 unit per bulan, bisnis ini dapat menutupi biaya tetap dan variabel dengan volume produksi yang realistis. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa proyek ini memiliki potensi keuntungan yang besar dan pengembalian yang cepat, menjadikannya pilihan yang sangat menguntungkan.

Selain itu, analisis SWOT menggarisbawahi kekuatan *JogjaOblongs*, seperti desain otentik khas Jogja, harga kompetitif, pemasaran online yang efektif, dan penggunaan bahan lokal. Namun, tantangan berupa ketergantungan pada wisatawan, kurangnya diversifikasi produk, dan persaingan yang ketat memerlukan strategi untuk memanfaatkan peluang, seperti ekspansi melalui e-commerce, kolaborasi dengan seniman lokal, dan pengembangan produk baru seperti merchandise. Dengan memanfaatkan tren fashion lokal dan pemulihan pariwisata, *JogjaOblongs* memiliki peluang besar untuk berkembang lebih jauh. Untuk menghadapi ancaman, inovasi produk, promosi yang lebih agresif, dan perluasan pasar menjadi langkah penting agar bisnis ini dapat terus berkelanjutan dan kompetitif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5.2 Rekomendasi Kelayakan

Rekomendasi strategi yang bisa dilakukan untuk JogjaOblongs adalah:

1. Memperkuat *Branding*: Fokus pada storytelling budaya Jogja untuk menarik konsumen dan menciptakan loyalitas merek.
2. Inovasi Produk: Mengembangkan desain yang lebih trendi dan menawarkan variasi produk untuk memperluas pasar.
3. Optimalkan *Digital Marketing*: Gunakan media sosial, SEO, dan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pasar.
4. Diversifikasi Target Pasar: Tidak hanya menyasar wisatawan, tetapi juga masyarakat lokal dengan desain yang relevan untuk keseharian.
5. Kolaborasi Strategis: Bangun kemitraan dengan destinasi wisata, hotel, atau marketplace lokal untuk meningkatkan penjualan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2015. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Atlantika, Y. N., SE, M., Sabinus Beni, S. P., Salfarini, E. M., SM, M., Gudiato, C., ... & Kom, M. (2024). *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Bappeda Jogjaprov. (2024). Data kinerja Dinas Pariwisata DIY. Diakses dari <https://bappeda.jogjaprov.go.id>.
- Chusumastuti, D., Kartika, D. G., Jumiati, E., Zaini, M., Faradilla, D., Hasanah, H., ... & Mukti, M. (2024). Konsep ekonomi kreatif.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. Consumer Behavior, 8th d, Orlando: The Dryden Press.
- Erwin, M. (2023). GELIAT GENERASI MUDA RIAU DALAM MENGEMBANGKAN USAHA EKONOMI KREATIF YANG BERHASIL PADA LEVEL NASIONAL. *JURNAL INSTITUT AGAMA ISLAM EDI HARYONO MADANI*, 4(1).
- Fauzi, A. A., Nugroho, F., Firdaus, R., & Amin, M. (2023). *Kewirausahaan di era society 5.0*. Publica Indonesia Utama.
- Firdaus, Muhammad. (2009). Manajemen Agribisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gaspersz, Vincent. 1997. Manajemen Kualitas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, F. D. (2024). *Budaya Baru Kaum Muda di Coffeeshop (Studi Kualitatif Trend Fashion Sebagai Ruang Komunikasi di Kawasan Seturan, Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Gilarso, 2001 : Pengantar Ilmu Ekonomi, Kanisius, Yogyakarta
- Kompas. (2024, Januari 8). Selama 2023, Kota Yogyakarta dikunjungi 7 juta wisatawan. Diakses dari <https://yogyakarta.kompas.com>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Lukman, 2007. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. UIN Jakarta Press, Jakarta.
- Maghfiroh, F. M. S., Natalina, S. A., & Efendi, R. (2023). Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration E-Commerce dan S-Commerce dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 1-10.
- Ritonga, Irwan. 2009. Perencanaan dan Penganggaran Keuangan Daerah di Indonesia. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana UGM.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Soeprihanto John Sumarni Dan, Pengantar Bisnis “Dasar-Dasar Sejonomi Perusahaan” Edisi 5 (Yogyakarta, Liberti Yogyakarta)
- Sukirno, Sadono, 1985, Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Kebijakan, LPFE-UI, Jakarta.
- Suprayitno. 2008. Teknik Pemanfaatan Jasa Lingkungan dan Wisata Alam. Departemen Kehutanan. Pusdiklat Kehutanan. Bogor.
- Wahyuni, L. S. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO PAKAIAN DEWASA “ANANDA” DI PASAR PARUNGKUDA SUKABUMI* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Warta Jogjakota. (2024). Jumlah wisatawan ke Jogja 2024 tembus 10 juta. Diakses dari <https://warta.jogjakota.go.id>.