

## Analisa Kelayakan Bisnis Tas Tenun Merek ‘Heritage’ Di Bogor

Sonny<sup>1a\*</sup>, Muhamad Surya Prabawa<sup>2b</sup>

<sup>a</sup> Fakultas bisnis, Universitas President, Cikarang

<sup>b</sup> Fakultas bisnis, Universitas President, Cikarang

\*[sonny@president.ac.id](mailto:sonny@president.ac.id)

**Abstract-** This research is an feasibility analysis of the woven bag business with ‘Heritage’ brand in Bojong Rangkas, Bogor. Most of the families in this village work as fashion crafts makers such as bags, wallets, scarves, and woven bags. Among all these handicraft products, woven bags are still the favorites. Feasibility analysis consists of two analyzes, namely industrial analysis and financial planning. The industry will be analyzed using a SWOT analysis, which focuses on the company's weaknesses and strengths. From the financial side, it will be analyzed using Return on Assets (ROA) which calculates the maximum utilization of assets owned, and Payback Period (PP) which calculates how quickly the return on capital can be achieved. The ROA calculation results in 33%, resulting in a positive net profit of Rp. 96,232,321; and PP within a period of 3.1 years (less than 5 years). It can be concluded from an industrial and financial perspective, that the Heritage woven bag business is feasible to run.

**Keywords:** Business feasibility, financial aspects, return on assets

### Pendahuluan

Ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan kenaikan yang signifikan dengan pertumbuhan 5 persen diatas rata-rata. Pertumbuhan tersebut ternyata ditopang oleh sektor UMKM yang ternyata telah menyumbangkan kontribusi yang besar, yaitu kemampuan menyerap tenaga kerja, kontribusi terhadap PDB, dan jumlah bisnis yang tersebar luas. Di sisi lain, sektor ekonomi kreatif pun mengalami pertumbuhan yang meyakinkan dengan kontribusi terhadap PDB tahun 2018 sebesar Rp 1.105 triliun. Sedangkan tahun 2017 sebesar Rp 1.009 triliun dan 2016 sebesar Rp 922,6 triliun (Bekraf, 20).

Dari sektor ekonomi kreatif, Salah satu penyumbang PDB 2017 terbesar adalah *fashion*, yaitu sebesar 18 persen. Kontribusi sub-sektor *fashion* tersebut sebesar Rp 166,1 triliun, dengan laju pertumbuhan sebesar 4,05 persen dari tahun sebelumnya. Salah satu bahan terbaik dari sektor *fashion* tersebut adalah kain tenun. Kain tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan prinsip yang sederhana, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, dan sutra. Kain tenunan dalam industri tekstil merupakan salah satu penyumbang besar terhadap ekspor Indonesia Indonesia yaitu sebesar 1.130.786,5 atau 1,03% pada tahun 2017.

Selain itu, dari hasil riset pasar ekonomi kreatif (Bekraf, 2018), didapatkan bahwa tiga peringkat teratas diduduki kategori produk kelompok usaha perdagangan ritel yang bersumber dari industri berskala besar, yaitu gawai dan aksesoris, produk digital (paket data, BPJS, PLN, dsb),serta kosmetik dan perawatan pribadi. Sedangkan produk yang sebagian besar bersumber dari industri kecil adalah produk tas yang mencapai 27,7 persen dan sepatu 26,8 persen.

Di Jawa Barat, dunia bisnis masih didominasi oleh UKM. Dari hasil Sensus Ekonomi Lanjutan 2017 total usaha yaitu 98,84% dari jumlah usaha non-pertanian atau sejumlah 4,5 juta usaha di Jawa Barat. Di Jawa Barat sekitar 74,07% dari jumlah tenaga kerja non-pertanian atau lebih dari 9,7 juta tenaga kerja, diperkirakan dapat diserap oleh usaha ini (BPS Jawa Barat, 2018).

Produk tas merupakan salah satu produk unggulan di Kota Bogor berdasarkan data dari Pemerintah Kota Bogor (*kotabogor.go.id*). Salah satu sentra industri tas di Bogor adalah di kampung Bojong Rangkas, Ciampea, Kota Bogor. Lebih dari 150 kepala keluarga di kampung ini berprofesi sebagai pembuat kerajinan mode seperti tas, dompet, selendang, dan tas tenun. Diantara semua produk kerajinan tersebut, tas tenun masih menjadi primadona. Tingkat produksi rata-rata setiap pengerajin 100-200 pcs perbulan untuk tas tenun (Merdeka.com, 2017).

### **Rumusan Masalah**

Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UKM di Bojong Rangkas ini diharapkan akan mampu berkontribusi bagi perekonomian masyarakat maupun pemerintah ; serta menciptakan lapangan pekerjaan. Melihat besarnya peluang usaha yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis akan membuat satu usaha kecil di bidang tenun ikat. Sebelum usaha tersebut dijalankan, perlu dilakukan analisis industri dan keuangan, apakah bisnis ini dapat memenuhi kelayakan usaha untuk dijalankan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya. Bagi pelaku bisnis UKM yang sejenis, diharapkan dapat memberikan gambaran agar pemilik usaha dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnisnya.

### **Metode Penelitian**

Dalam analisis kelayakan bisnis tas tenun ikat ini, penulis melakukan langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

- a. *SWOT Analysis*
- b. Perencanaan Keuangan : *Return on Assets (ROA)* dan *Payback period*

#### *SWOT Analysis*

Menurut Freddy Rangkuti (2009: 18) Analisis *SWOT* terdiri dari dua bagian : kekuatan dan kelemahan mengacu pada internal perusahaan sedangkan peluang dan ancaman berada di luar perusahaan dan ada di lingkungan. Kekuatan sebuah perusahaan dapat berupa pengelolaan proses *branding* secara cepat dan komprehensif. Kelemahannya bisa terletak pada distribusi produk, atau penundaan pembayaran. Ini adalah masalah / masalah internal dan harus dipahami dan ditangani secara berkelanjutan. Seringkali konsultan dipanggil untuk menilai kedua aspek ini dengan keyakinan bahwa orang luar dapat memberikan lebih banyak wawasan tentang perusahaan.

Dua faktor eksternal, peluang dan ancaman, tidak berada dalam kendali perusahaan. Dalam dunia yang global, peluang dapat muncul di mana saja, kapan saja, sama seperti ancaman dapat datang dari bagian atau segmen mana pun dari industri global.

#### *Analisa Return on Asset (ROA)*

*Return on assets (ROA)* adalah indikator seberapa menguntungkan perusahaan terhadap asetnya atau sumber daya yang dimilikinya atau kendalikan. Investor dapat menggunakan ROA untuk menemukan peluang saham yang baik karena persentase tersebut menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan. ROA yang naik dari waktu ke waktu menunjukkan perusahaan melakukan pekerjaan yang baik untuk meningkatkan keuntungannya dengan setiap dolar investasi yang dibelanjakannya (Henry Simamora, 2000:530).

---

$$\text{Rumus ROA} : \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

### *Analisa Payback Period*

Pengertian *Payback Period* adalah Periode pembayaran kembali adalah waktu di mana pengeluaran awal investasi diharapkan dapat dipulihkan melalui arus kas masuk yang dihasilkan oleh investasi tersebut. Ini adalah salah satu teknik penilaian investasi yang paling sederhana.

Karena perkiraan arus kas cukup akurat untuk periode dalam waktu dekat dan relatif tidak akurat untuk periode di masa depan yang jauh karena ketidakpastian ekonomi dan operasional, periode pengembalian modal merupakan indikator risiko yang melekat dalam suatu proyek karena memperhitungkan arus masuk awal dan mengabaikan kas. mengalir setelah titik di mana investasi awal dipulihkan.

Proyek yang memiliki arus kas masuk yang lebih besar pada periode sebelumnya umumnya memiliki peringkat yang lebih tinggi ketika dinilai dengan periode pengembalian, dibandingkan dengan proyek serupa yang memiliki arus kas masuk yang lebih besar pada periode selanjutnya.

$$\text{Rumus Payback period} = n + \frac{(a - b)}{(c - b)} \times 1 \text{ tahun}$$

n = tahun terakhir saat jumlah besaran arus kas masih belum dapat menutup besaran investasi semula.

a = jumlah besaran investasi awal

b = besaran total kumulatif dari arus kas pada periode tahun ke – n.

c = besaran total kumulatif dari arus kas pada periode tahun ke – n.

### *Gambaran Usaha*

Produk tas tenun ikat ini diberi merek *Heritage*, dan tokonya diberi nama *Heritage Ethnic Gallery*. Usaha ini akan bekerja sama dengan para pengrajin untuk memproduksi tas tenun ikat berdasarkan permintaan pasar, yang ditentukan oleh *Heritage Ethnic Gallery*. Target pasar dari tas tenun ikat ini utamanya adalah pria atau wanita, kelas sosial menengah, usia antara 25-54 tahun, dan tinggal di sekitaran kota Bogor, maupun wisatawan kota lain yang berwisata ke Bogor. Promosi dari *Heritage Ethnic Gallery* ini direncanakan melalui beberapa sosial media, untuk menarik potensial konsumen datang ke galeri.

Dari sisi keuangan, pembahasan akan difokuskan ke analisa *return on assets* dan *payback period*. Alasan utama mengapa dua analisa ini yang dipakai, dikarenakan skala bisnisnya adalah UKM, yang mempunyai keterbatasan aset dan modal. Dengan mengetahui hasil dari analisa tersebut, penulis berharap investasi yang sudah ditanamkan dapat kembali dan memberikan keuntungan, dalam kisaran waktu kurang dari 5 tahun.

Di bagian akhir, penulis mencoba membandingkan *return on assets* dari *Heritage Ethnic gallery* dengan usaha sejenis di Bogor. Hasil dari perbandingan ini akan memberikan pandangan tentang seberapa menarik bisnis ini dari sisi investasi.

## **Hasil Dan Pembahasan**

### *Analisis Industri*

Dalam analisis industri akan dilakukan analisis SWOT.

---

**SWOT Analysis**

Untuk mengetahui apa kelebihan dan kekurangan usaha yang akan dibuat, Analisis SWOT sangat diperlukan ketika akan membuat bisnis sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat, untuk merebut segala peluang dan menghilangkan kekurangan yang ada. Analisa SWOT Heritage dijelaskan di bawah ini.

**Tabel 1. SWOT analysis untuk tas tenun merek ‘Heritage’**

<p><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat yang nyaman dan mudah dijangkau</li> <li>• Mempunyai berbagai variasi produk tas tenun ikat dari berbagai daerah, yang yang berbeda dengan pesaing yang lain.</li> <li>• Kota Bogor adalah kota tujuan wisata. Tas bercorak etnik akan memperkaya pilihan para wisatawan ataupun calon pelanggan.</li> </ul> <p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatnya populasi di Bogor memberikan kesempatan bagi Heritage untuk masuk pasar yang lebih besar dan lebih luas.</li> <li>• <i>Heritage</i> melakukan promosinya melalui media. Seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.</li> <li>• Lokasi media dan outlet di tengah kota, ini adalah peluang besar untuk memperkenalkan merek ini di masyarakat, terutama di kota Bogor.</li> </ul>	<p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum memiliki merek yang dikenal oleh masyarakat sekitar. Pengeluaran biaya untuk promosi akan cukup tinggi.</li> <li>• Tenaga kerja masih sedikit dan visi misi usaha belum melekat pada karyawan.</li> </ul> <p><b>Threat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heritage memiliki pesaing yang berkonsep sama</li> <li>• Selera konsumen yang tidak stabil</li> </ul>
--	---

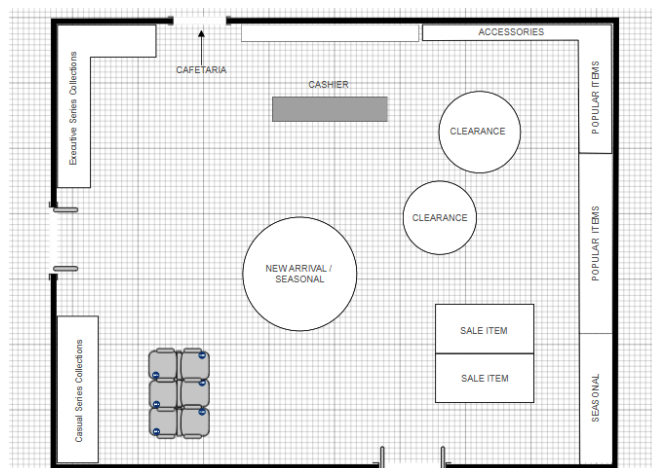
**Perencanaan Operasional**

1) Lokasi Usaha

Heritage Ethnic Gallery terletak di Jl. Puter No. 2 Bogor, berlokasi di tengah tengah Kota Bogor. Merupakan sebuah kawasan yang asri dan nyaman, serta memiliki akses transportasi yang mudah, baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

2) Fasilitas

Di dalam bangunan terletak rak display untuk produk baru, produk favorit, produk diskon, aksesoris dan sebagainya.



Gambar 1. Layout Heritage

*Perencanaan Keuangan*

## 1) Total biaya investasi

Total biaya investasi yang diperlukan untuk menjalankan usaha Heritage adalah Rp. 350 juta yang akan digunakan dalam tiga komponen biaya, yaitu biaya operasional, pembelian aset, dan pra-investasi dengan komposisi seperti dijelaskan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2. Sumber pendanaan dan Penggunaan dana**

<b>Sumber Dana</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Investasi Pemilik	350,000,000
<b>Penggunaan Dana</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Biaya Pra investasi	15,000,000
Biaya Pembelian Aktiva	234,550,000
Biaya Operasional	38,800,000
Kas	61,650,000
<b>Total</b>	<b>350,000,000</b>

Biaya aktiva meliputi sewa bangunan , interior, peralatan, peralatan kantor, dan peralatan umum. Sewa bangunan dibayar dimuka selama 2 tahun sebesar Rp 100 juta dan pada tahun ke-3 dan seterusnya akan dibayar per tahun. Untuk interior dan seluruh peralatan dibayar untuk periode 5 tahun.

## a. Biaya operasional

Biaya operasi sebesar Rp. 100.450.000 yang merupakan sisa dari biaya investasi yang akan digunakan untuk cadangan biaya operasional bulan pertama sebesar Rp. 38.800.000 dan sisanya akan digunakan untuk kebutuhan operasional lainnya (jika ada).

Biaya operasional diasumsikan meningkat 10% per tahun. Persentase kenaikan ini sejalan dengan laju inflasi 2018 yang mencapai 3,13% dan pada 2019 mencapai 2,72%.

## 2) Laporan Arus Kas

**Tabel 3. Laporan Arus Kas**

<b>Performa Tahunan Arus Kas</b>					
<b>AKUN</b>	<b>Tahun 1</b>	<b>Tahun 2</b>	<b>Tahun 3</b>	<b>Tahun 4</b>	<b>Tahun 5</b>
<b>Saldo awal</b>	350,000,000	446,232,321	614,054,573	866,442,836	1,018,203,340
<b>Penjualan</b>	905,690,000	1,086,828,000	1,304,193,600	1,565,032,320	1,878,038,784
<b>Aktiva</b>					
Kas	96,232,321	167,822,252	252,388,263	151,760,505	263,896,888
Beban sewa dibayar dimuka	50,000,000	50,000,000	55,000,000	55,000,000	60,000,000
Peralatan	51,550,000	46,395,000	41,755,500	37,579,950	33,821,955
Persediaan barang	90,000,000	108,000,000	129,600,000	155,520,000	186,624,000
<b>Total aset</b>	<b>287,782,321</b>	<b>372,217,252</b>	<b>478,743,763</b>	<b>399,860,455</b>	<b>544,342,843</b>
<b>Liabilitas &amp; Ekuitas</b>					
Laba ditahan	96,232,321	167,822,252	252,388,263	151,760,505	263,896,888
Modal	191,550,000	204,395,000	226,355,500	248,099,950	280,445,955
<b>Total Liabilitas &amp; ekuitas</b>	<b>287,782,321</b>	<b>372,217,252</b>	<b>478,743,763</b>	<b>399,860,455</b>	<b>544,342,843</b>
<b>Total sales disburment</b>	<b>849,457,680</b>	<b>977,005,748</b>	<b>1,126,405,337</b>	<b>1,513,791,815</b>	<b>1,740,765,896</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>56,232,321</b>	<b>109,822,252</b>	<b>177,788,263</b>	<b>51,240,505</b>	<b>137,272,888</b>
<b>Ending Balance</b>	<b>406,232,321</b>	<b>556,054,573</b>	<b>791,842,836</b>	<b>917,683,340</b>	<b>1,155,476,228</b>

Dengan *Break Even Point Analysis (BEP)* ini, Manajemen Perusahaan dapat mengetahui jumlah minimum penjualan yang harus dijaga agar tidak mengalami kerugian dan juga mengetahui jumlah penjualan yang diperlukan untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu dan membantu manajemen dalam membuat keputusan apakah akan melanjutkan atau menghentikan bisnis. BEP dari Heritage sendiri adalah 181 unit atau Rp 69.117.490.

3) *Payback Period*

*Payback Period* dihitung dengan mendistribusikan nilai investasi (biaya investasi) dengan arus kas masuk bersih per tahun (*annual net cash flow*).

Tabel 4. *Payback Period*

Payback Period						
	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Investasi awal	350,000,000					
Cash flow	-350,000,000	56,232,321	109,822,252	177,788,263	51,240,505	137,272,888
Cummulative Cash flow	-350,000,000	-293,767,680	-183,945,427	-6,157,164	45,083,340	182,356,228

$$Payback\ period = 3 + \frac{6.157.164}{51.240.505} \times 1\ tahun = 3,1\ tahun$$

Berdasarkan perhitungan *payback period* di atas, investasi awal Heritage Ethnic Gallery sebesar Rp 350.000.000 diperkirakan dapat kembali modalnya dalam waktu 3,1 tahun atau kurang dari 5 tahun.

4) Analisis Rasio Keuangan

Tabel 5. Analisis Rasio Keuangan

Rasio	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Laba	96,232,321	167,822,252	252,388,263	363,894,505	497,244,288
Total asset	287,782, 321	372,217,252	478,743,763	611,994,455	777,690,243
Penjualan	905,690,000	1,086,828,000	1,304,193,600	1,565,032,320	1,878,038,784
ROA = Laba Bersih / Total Aset	33%	45%	53%	59%	64%

Dengan membandingkan rasio keuangan perusahaan ini dengan bisnis lainnya yang sejenis, akan dapat diketahui bagaimana kinerja perusahaan ini. Penulis mencoba membandingkan ROA Heritage dengan UKM lain di Bogor.

Berdasarkan Rasio Pengeluaran terhadap Pendapatan UKM di Jawa Barat tahun 2017, memiliki rasio sebesar 55%, atau dengan kata lain memiliki ROA sebesar 45%. Dengan demikian ROA perusahaan Heritage Ethnic Gallery lebih baik dari kinerja perusahaan UKM lain di kota Bogor. Sedangkan rasio laba terhadap penjualan juga cukup baik karena ROA perusahaan ini memiliki rasio di atas 25%, jauh di atas bunga bank dan nilai inflasi secara nasional.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan dari analisis kelayakan pendirian usaha tas berbahan tenun ikat di Bogor dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Terdapat peluang usaha untuk mendirikan industri tas tenun ikat di Bogor karena tas adalah salah satu produk unggulan kota Bogor, dengan target pasar penduduk kota Bogor berusia 25-54 tahun dan wisatawan yang berkunjung ke Bogor untuk berbelanja. Selain itu tas yang

berbahan baku kain tenunan juga diharapkan mempunyai permintaan yang tinggi karena beberapa alasan:

- Eksklusif, hanya beberapa industri tas yang memproduksi tas yang terbuat dari kain tenun
  - Unik dan bernuansa budaya Nusantara, sangat menarik bagi para wisatawan
- b. Dari analisis industri, keuangan, dan penilaian resiko dapat disimpulkan bahwa usaha tas berbahan tenun ikat merek Heritage di Bogor tersebut layak untuk dijalankan.

## REFERENSI

- ASF Commercial. (2019). *How Millennials Are Shaping the Dining Experience*. ASF Commercial.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Persentase Penduduk Miskin Maret 2019 Sebesar 9,41 Persen*. Tersedia di : <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/07/15/1629/persentase-penduduk-miskin-maret-2019-sebesar-9-41persen.html>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2019*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2017). *Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta*. Tersedia di : <https://jakarta.bps.go.id/statictable/2017/01/30/137/jumlah-penduduk-dan-rasio-jenis-kelamin-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-2015.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2018). *PDRB Provinsi DKI Jakarta Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2008-2018*. Tersedia di : <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2018/08/29/36/pdrb-provinsi-dki-jakarta-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-lapangan-usaha-2008-2018-juta-rupiah-.html>
- C. Senduk, D., P. E. Saerang, D., & Lambey, L. (2016). The Influence of Restaurant Ambience and Service Quality on Customer Satisfaction. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Grab. (2019). *What GrabFood data tells us about Southeast Asia's love for food*. Tersedia di : <https://www.grab.com/sg/blog/everyone-loves-fried-chicken-bubble-tea/96>
- Hootsuite (2019). *Digital 2019 Indonesia*. Tersedia di: <https://www.slideshare.net/datareportal/digital-2019-indonesia-january-2019-v01>
- Ibrahim, M. M. (2016). Implementasi Event dan Experience dalam Menarik Minat Pengunjung Kafe.
- Kompas.com. (2017). *Pemerintah Terus Motivasi Pemuda untuk Jadi Wirausahawan*. Tersedia di : <https://money.kompas.com/read/2017/02/11/182714126/pemerintah.terus.motivasi.pemuda.untuk.jadi.wirausahawan>
- Kompas.com (2018). *Jokowi Sebut Peringkat Kemudahan Mendirikan Usaha di Indonesia Naik Drastis*. Tersedia di : <https://nasional.kompas.com/read/2018/11/27/10565751/jokowi-sebut-peringkat-kemudahan-mendirikan-usaha-di-indonesia-naik-drastis>
- Mix Marketing Communication. (2017). *Ini Bukti Mengapa Media Cetak Masih Diminati*. Tersedia di : <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/ini-bukti-mengapa-media-cetak-masih-diiminati/>
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Trunojoyo*. 98
- Tirto.id. (2017). *Ke Mana Mengalirnya Uang Para Milenial?* Tersedia di : <https://tirto.id/ke-mana-mengalirnya-uang-para-milenial-cv76>
- Wilianto, V., Santoso, N. M., & Siaputra, H. (2017). Pengaruh Physical Environment Terhadap Customer Satisfaction yang membentuk Behavioral Intention di Domi Deli Restaurant. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.
-

