
PERANCANGAN *BUSINESS PLAN* DAN ANALISIS KELAYAKAN PADA BISNIS *ONLINE* TSRH.CO DENGAN METODE *LEAN CANVAS*

Oleh

Nuriyanto¹, Iin Neelam Masy'iroh²

^{1,2}Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas Yudharta Pasuruan

E-mail: ²neelamiinmasy@gmail.com

Article History:

Received: 03-06-2023

Revised: 24-06-2023

Accepted: 17-07-2023

Keywords:

Lean Canvas, Digital

Marketing, Analisa

Kelayakan, STP

Abstract: *Tsrh.co merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion wanita. Tsrh.co merupakan toko online yang menjual jaket jeans oversize untuk wanita dan totebag jeans. Tsrh.co berjalan hampir 2 tahun. Dalam perjalanannya, Tsrh.co sempat berada pada fase stagnan, dimana pada fase tersebut tidak terjadi transaksi terhadap konsumen atau supliernya. Berdasarkan hasil wawancara, hal tersebut terjadi karena pemilik usaha tersebut belum memiliki arah kemana usaha ini akan tumbuh. Penjualan yang belum stabil dapat terjadi karena strategi pemasaran yang digunakan belum sesuai dengan konsumen atau selera konsumen yang berubah. TSRH.co membutuhkan suatu perencanaan bisnis baik sebagai landasan berjalannya usaha atau menentukan target pasar. Penelitian ini menggunakan Lean canvas sebagai alat untuk perancangan usaha dan menggunakan analisa kelayakan pada aspek finansial untuk menentukan usaha tersebut layak dijalankan atau tidak. Hasil dari analisa kelayakan menunjukkan bahwa TSRH.co layak untuk dijalankan . Nilai kriteria investasi NPV dan IRR memenuhi kategori yakni jumlah NPV selama 10 tahun dengan suku bunga 10% menghasilkan 640561645.93. Hasil NPV > 0. IRR adalah 304% dengan suku bunga yang berlaku adalah 10%. Masa pengembalian modal (Payback Period) adalah 3 bulan 3 hari dengan jangka investasi 10 tahun. PI = 15.6 (PI>1) dan BEP < N (penjualan) yakni 40 unit dengan target penjualan 150 produk perbulan. Produk TSRH.co sasaran konsumennya adalah wanita dengan berat badan >65 kg berusia 18-35 tahun. Cara TSRH.co mengenalkan produknya dapat dengan menggunakan ads, affliator yang sesuai dengan customer segmentnya.*

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 yang dihadapi oleh seluruh masyarakat Indonesia mengubah lini kehidupan diberbagai sektor termasuk sektor industri. Menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi dikarenakan keterbatasan masyarakat dalam bersosialisasi secara langsung

menyebabkan penurunan pendapatan pada banyak usaha mikro dan UMKM. Terbentur dengan kebutuhan hidup, para pelaku usaha mikro dan UMKM memutar otak agar usaha tetap berjalan dan mendapat pemasukan. *Digital marketing* menjadi satu-satunya teknik pemasaran yang paling bisa diandalkan untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19 sehingga penurunan kinerja pemasaran tidak sampai 100% [1]. Dengan beralihnya teknik pemasaran menjadi *digital*, maka akan ditemukan banyak pesaing baru dalam pemasaran *digital*.

Tsrh.co merupakan toko *online* yang menjual jaket jeans *oversize* untuk wanita dan totebag jeans. Tsrh.co melakukan penjualan melalui beberapa media sosial dan *E-commerce*. Tsrh.co berjalan hampir 2 tahun. Dalam perjalanannya, Tsrh.co sempat berada pada fase stagnan, dimana pada fase tersebut tidak terjadi transaksi terhadap konsumen atau suppliernya. Berdasarkan hasil wawancara, hal tersebut terjadi karena pemilik usaha tersebut belum memiliki arah kemana usaha ini akan tumbuh dan strategi untuk menghadapi para pesaing. Dengan kata lain, belum terdapat visi misi atau rencana usaha yang dimiliki. *digital marketing* mempunyai dampak positif pada pertumbuhan dan perkembangan usaha sehingga perlu dipahami bersama oleh para pelaku usaha jika ingin bertahan dalam persaingan industri di era digital ini [2].

Tabel 1. Penjualan TSRH.co periode Maret 2022 – Februari 2023

No	Bulan	Target Produk Terjual	Produk Terjual	Kekurangan
1	Maret	125	194	-
2	April	125	190	-
3	Mei	125	126	-
4	Juni	125	82	43
5	Juli	125	156	-
6	Agustus	125	77	48
7	September	125	89	36
8	Oktober	125	153	-
9	November	125	61	64
10	Desember	125	44	81
11	Januari	125	18	107
12	Februari	125	129	-
Jumlah		1500	1319	181

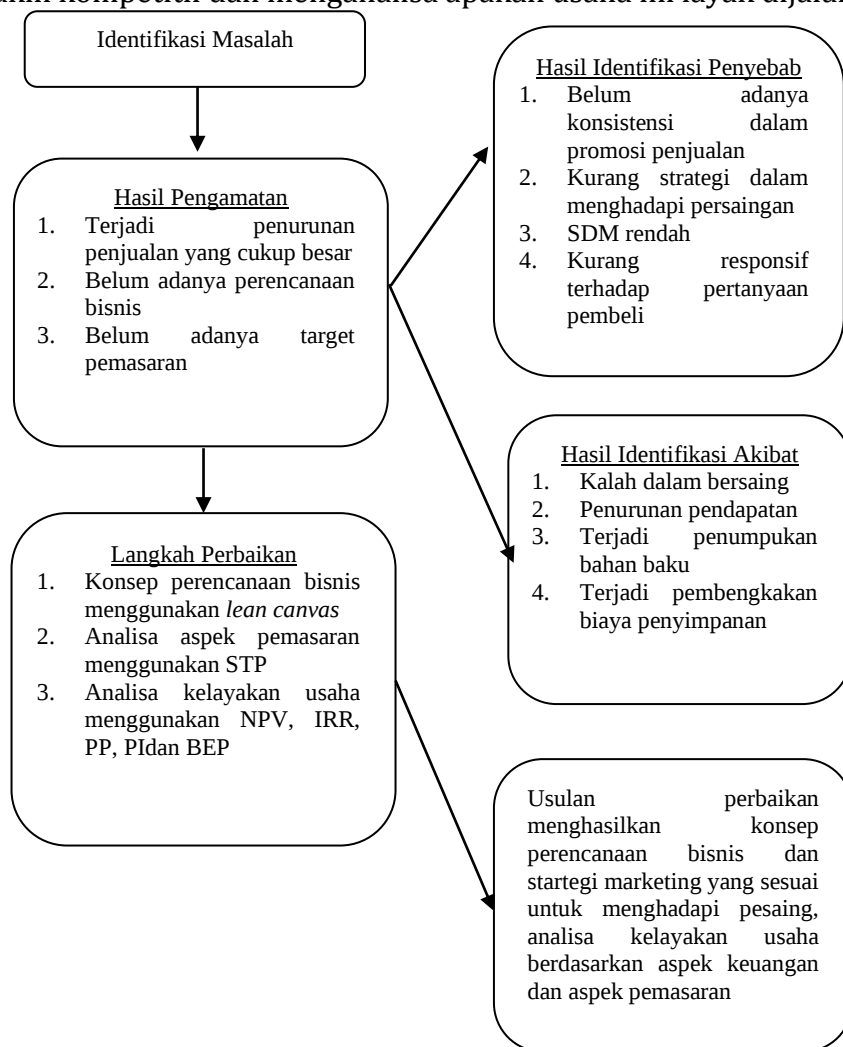
Sumber : Data Perusahaan

Tabel tersebut menunjukkan bahwa penjualan belum stabil dan belum memenuhi target. Penjualan yang belum stabil dan belum memenuhi target dapat terjadi karena strategi pemasaran yang digunakan belum sesuai dengan konsumen atau selera konsumen yang berubah. Uraian tersebut menunjukkan bahwa TSRH.co membutuhkan suatu perencanaan bisnis baik sebagai landasan berjalannya usaha atau menentukan target pasar. Selanjutnya perencanaan bisnis tidak hanya dengan melihat potensi semata namun perlu juga dilakukan kelayakan bisnis [3]. Analisa kelayakan untuk mengetahui usaha tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Strategi rencana bisnis yang sesuai menjadi pondasi yang kokoh dalam menjalankan usaha dan mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis. *lean canvas* merupakan model bisnis yang cocok untuk digunakan pada perusahaan-perusahaan

rintisan yang baru memulai usaha, sedangkan *Bussiness Model Canvas (BMC)* digunakan untuk perusahaan dengan skala besar sehingga tidak cocok untuk perusahaan baru [4].

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di TSRH.co, Konveksi Ilham Dsn. Nyangkring, Ds. Cangkringmalang, Kec. Beji, Kab. Pasuruan, Prov. Jawa Timur pada 09 Januari 2019 menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Proses pengumpulan data dan informasi penulis dapatkan melalui wawancara dan observasi. Selain itu terdapat data perusahaan yang diolah untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan perancangan bisnis agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan industri yang semakin kompetitif dan menganalisa apakah usaha ini layak dijalankan.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Selanjutnya data-data yang telah diperoleh akan diproses melalui beberapa tahap yakni:

1. Pengumpulan data
2. Pengelompokan data
 - a. Pengelompokan data pada lembar kerja *lean canvas* yang berisi 9 kolom

- b. Pengelompokan data berdasarkan segmentasi pelanggan

3. Tahap perhitungan

- a. Menghitung data yang diperoleh dengan rumus NPV, IRR, PI, PP dan BEP

NPV :

$$NPV = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Dimana CF_t adalah aliran kas per tahun pada periode, r adalah suku bunga / *discount rate*, I_0 adalah investasi awal pada tahun 0, t adalah periode n adalah Jumlah periode.

- a. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) merupakan salah satu metode untuk mengukur laju tingkat pengembalian modal investasi. Cara mendapatkan IRR adalah dengan mencari suku bunga pada saat NPV sama dengan nol (0).

- b. *Profitability Index* (PI)

Profitability Index merupakan metode investasi yang membagikan arus kas masuk dan arus kas keluar dari kegiatan investasi [5].

$$PI = \frac{\text{Total PV Cash Flow}}{\text{Investment Cost}}$$

- c. *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah parameter yang digunakan untuk melihat seberapa lama periode yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal atau uang yang telah diinvestasikan pada aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut [6]. Dibawah ini adalah rumus perhitungan PP:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Cash Flow}} \times 1 \text{ tahun}$$

- d. *Break-even Point* (BEP)

BEP adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol [7].

Adapun rumus yang digunakan pada perhitungan BEP adalah :

1. *Break-even* (dalam satuan)

= biaya tetap / margin kontribusi atau = biaya tetap / (harga jual persatuan – biaya variabel persatuan) [7].

2. *Break-even* (dalam rupiah penjualan)

= BEP (unit) x harga jual per unit [8].

4. Tahap analisis

- a. Menganalisa hasil pengelompokan data pada lean canvas

- b. Menganalisa hasil Pengelompokan data berdasarkan segmentasi pelanggan

- c. Menganalisa hasil perhitungan dengan rumus NPV, IRR, PI dan PP

- Jika nilai NPV > 0 maka proyek atau investasi tersebut layak dan untung.
- Jika nilai NPV = 0 maka proyek atau investasi tersebut perlu dipertimbangkan.
- Jika nilai NPV < 0 maka proyek atau investasi tersebut tidak layak dan rugi.
- Jika IRR > tingkat bunga yang berlaku maka rencana proyek/usaha layak dilaksanakan.
- Jika IRR < tingkat bunga yang berlaku maka rencana proyek atau usaha tidak layak dilaksanakan.

- Jika nilai $PI > 1$ maka proyek tersebut layak.
- Jika $PI < 1$ maka proyek tersebut tidak layak.
- Jika payback period lebih kecil dibandingkan dengan target untuk pengembalian modal atau investasi, maka proyek dikatakan layak. Jika payback period lebih besar dibandingkan dengan target untuk pengembalian modal atau investasi, maka proyek dikatakan tidak layak [6] mengutip dari Sutrisno, 2009.
- Jika $BEP < N$ (penjualan) maka usaha dinyatakan layak

5. Tahap akhir

- a. Menarik hasil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan
- b. Memberikan saran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Business Plan Menggunakan Lean Canvas

Dalam *lean canvas* terdapat 9 kolom yang harus diisi untuk menggambarkan suatu perencanaan bisnis yang baik dan sesuai.

A. Problem

Yang menjadi permasalahan kebanyakan pelanggan memiliki berat badan (BB) mulai dari 60 kg- 90 kg. Selain itu warna yang paling dicari adalah dominan warna gelap, warna denim atau hitam.

B. Solution

Solusi yang dihadirkan oleh TSRH.co dalam menghadapi permasalahan konsumen adalah menghadirkan produk yang memiliki ukuran lingkaran dada (LD) yang cukup lebar. Selain itu TSRH.co menghadirkan produk dengan warna *basic* yang mudah di padankan dengan pakaian lain dan cocok untuk kebanyakan kulit asia. Selain itu, TSRH.co bekerja sama dengan konveksi secara langsung dan pembelian dalam jumlah besar, sehingga TSRH.co mendapat harga yang lebih murah

C. Unique Value Proposition

Kolom *Unique Value Proposition* berisikan nilai yang terbilang unik yang dapat ditawarkan dan menarik perhatian para konsumen. Dalam hal ini, TSRH.co menggunakan *Ziplock* yang membuat produk lebih berkelas. Selain itu, *Ziplock* juga dapat digunakan kembali untuk penyimpanan. TSRH.co menawarkan harga yang cukup terjangkau bagi para pelanggannya. Selain harga yang cukup terjangkau, jaket tersebut memiliki design yang cukup unik dimana terdapat 2 kantong yang cukup besar di bagian depan.

D. Channels

Cara TSRH.co mengenalkan produknya adalah dengan aktif pada beberapa platform penjualan. Selain itu TSRH.co juga menggunakan iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak konsumen. TSRH.co juga bekerja sama dengan para *affiliator* yang sesuai dengan target konsumennya.

E. Revenue Structure

Pemasukan yang didapatkan oleh TSRH.co berasal dari penjual produk.

F. Cost Structure

Cost Structure merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menunjang proses operasional suatu usaha. Dalam hal ini, adapun beberapa biaya yang harus dikeluarkan adalah biaya untuk membayar gaji, membayar iklan, pembelian jaket,

pembelian *packaging*, biaya admin serta afiliasi dan biaya untuk pembelian perlengkapan kantor. Dalam biaya operasional tidak mencantumkan biaya listrik karena usaha masih belum memiliki bangunan pribadi atau bangunan sewa.

G. *Key Metrics*

Target penjualan TSRH.co selama 1 bulan adalah 150 produk sehingga target minimal penjualan perhari adalah 5 produk.

H. *Unfair Advantage*

Konveksi yang telah diajak kerja sama oleh TSRH.co tidak menjalin kerja sama dengan pihak lain dalam penjualan model yang digunakan oleh TSRH.co

I. *Customer Segment*

Target pelanggan adalah perempuan, berusia 18-35 tahun. TSRH.co merupakan produk lokal sehingga demografi pelanggan nya juga merupakan pecinta produk lokal. Selain itu sasaran pelanggan adalah yang memiliki ukuran tubuh lumayan besar.

Problem	Solution	Unique Value Proposition	Unfair Advantage	Customer segment
1. Jaket yang muat untuk bb >60 kg	1. Jaket dengan Ld yang cukup besar	1. Dikemas menggunakan <i>ziplock</i> yang dapat digunakan kembali	Konveksi hanya bekerja sama dengan TSRH.co dalam pembuatan jaket dengan model yang sama	1. Perempuan
2. Jaket yang timeless	2. Jaket berbahan jeans dengan warna <i>basic</i>	2. Harga yang ramah kantong		2. Usia 18-40
3. Produk yang oversize sering kali dipatok dengan harga yang lumayan tinggi	3. Jaket dengan model <i>basic</i>	3. Memiliki ukuran kantong yang cukup besar, namun terlihat rapi		3. Memiliki bentuk tubuh yang oversize
	4. Produk dari tangan pertama	4. Menggunakan bahan yang tebal namun tidak menimbulkan rasa gerah atau panas		4. Tertarik dengan produk lokal
	Key Metrics		Channels	
	5 produk terjual setiap hari		Platform penjualan, Ads dan <i>Affiliator</i>	
Cost Structure			Revenue Stream	
biaya untuk membayar wifi, membayar iklan, pembelian jaket, pembelian <i>packaging</i> , biaya admin serta afiliasi dan biaya untuk pembelian perlengkapan kantor			Penjualan Produk	

Gambar 2 : Lean Canvas

Sumber: Data diolah

STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Segmentasi merupakan hal yang sangat penting bagi suatu usaha karena hasil analisa segmentasi merupakan target konsumen dari suatu produk. Berdasarkan data STP perusahaan yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap pemilik, diketahui bahwa lingkup pasar ataupun segmentasi pelanggan belum terdapat gambaran yang mengerucut dengan kata lain, pasar yang ditargetkan merupakan gambaran umum. Berdasarkan analisa menggunakan kata kunci yang sering digunakan dalam konten TSRH.co, target konsumen

adalah yang berdomisili di pulau jawa, Yogyakarta, Jakarta, Banten, Sumatra Utara dan sekitar daerah tersebut.



Gambar 3 : Daerah berdasarkan pencarian kata kunci

Sumber : Diperoleh menggunakan google trend



Gambar 4 : Daerah berdasarkan pencarian kata kunci

Sumber : Diperoleh menggunakan google trend

Dari data tersebut menghasilkan lingkup area untuk mempromosikan produk perusahaan agar sesuai sasaran dan *marketing* yang efektif. Selanjutnya berdasarkan demografi, para pengguna jaket jeans tersebut berusia 18-35 tahun. Jaket jeans tersebut dapat digunakan oleh seluruh tingkatan usia apabila memiliki kebiasaan seperti bekerja diluar ruangan, menyukai *basic fashion*, *casual fashion* dan *simple fashion*. Menuju pada kriteria pelanggan yang lebih terperinci adalah konsumen yang menyukai produk lokal. Penyebaran produk asing dalam negeri yang terbilang cukup mudah dengan harga yang terjangkau menyebabkan produk asing lebih disukai. Perusahaan memposisikan produknya untuk tingkat menengah ke atas. Masyarakat dengan kelas sosial menengah ke atas lebih menekankan pelayanan dan kualitas sehingga biaya kirim merupakan hal yang tidak terlalu dipedulikan. Berdasarkan pengalaman pemilik, para pelanggannya sangat kooperatif dalam memberikan tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan. Selain itu, masyarakat pada kelas sosial menengah ke atas memiliki kebiasaan *casual fashion* dan *simple fashion*.

Analisa Kelayakan Berdasarkan Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan langkah terakhir yang dilakukan dalam menganalisa kelayakan suatu usaha. Walaupun merupakan langkah yang terakhir, hasil dari perhitungan aspek keuangan sangat penting karena perhitungan dari aspek inilah (aspek keuangan) yang akan mendapatkan perhatian utama dari setiap investor [9].

Pada aspek finansial terdapat 4 alat analisis yang digunakan antara lain:

- Kriteria investasi. Dalam hal ini penulis menggunakan NPV (*net present value*) dan IRR (*internal rate of return*)
- Payback Period* (PP)
- Profitability Index* (PI)
- Break Event Point* (BEP)

Selanjutnya adalah perhitungan untuk mendapatkan hasil yang dapat digunakan sebagai acuan menentukan layak atau tidak suatu usaha dijalankan.

a. Kriteria Investasi

Untuk keperluan perhitungan analisis kriteria investasi diperlukan data cost investasi pada tahun pertama.

Tabel 2. Daftar cost investasi

DAFTAR COST INVESTASI	
Keterangan	Total
Bangunan :	
Renovasi Studio Live	Rp 1,500,000
Total	Rp 1,500,000
Peralatan dan Perlengkapan :	
1 Laptop	Rp 8,000,000
1 Printer	Rp 2,000,000
1 Stop Kontak	Rp 40,000
1 Ringlight	Rp 300,000
1 HP	Rp 700,000
1 Rak Penyimpanan	Rp 700,000
1 Meja Printer	Rp 150,000
1 Meja Laptop	Rp 250,000
1 Rol Solasi	Rp 10,000
2 Kursi @100000	Rp 200,000
1 Lusin Gantungan	Rp 20,000
5 Gantungan @25000	Rp 125,000
Total	Rp 12,495,000
Jumlah	Rp 13,995,000

Sumber : Data Perusahaan

Tabel tersebut menunjukkan bahwa *cost* investasi yang digunakan pada tahun pertama adalah Rp 13995000,-

Setelah menentukan rancangan *cost* investasi, maka selanjutnya menentukan rancangan biaya operasional perdana. Biaya operasional perdana meliputi biaya-biaya penunjang produksi dan bahan produksi.

Tabel 3. Rancangan biaya operasional

RANCANGAN BIAYA OPERASIONAL				
Keterangan	Unit	Biaya/Satuan	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun
Cost Adm. Dan Umum				
Cost WIFI			Rp 350,000	Rp 4,200,000
Cost Iklan			Rp 300,000	Rp 3,600,000
Biaya Admin Platform	150	5000	Rp 750,000	Rp 9,000,000
Biaya Afiliasi	150	15000	Rp 2,250,000	Rp 27,000,000
Perlengkapan Kantor	1		Rp 100,000	Rp 1,200,000
Cost Tinta Printer	1		Rp 350,000	Rp 4,200,000
Kertas A6	1		Rp 50,000	Rp 600,000
Plastik Packing	2	200000/100pcs	Rp 400,000	Rp 4,800,000
Ziplock	2	200000/100pcs	Rp 400,000	Rp 4,800,000
Jaket M	30	80000	Rp 2,400,000	Rp 28,800,000
Jaket L	50	90000	Rp 4,500,000	Rp 54,000,000
Jaket XL	70	90000	Rp 6,300,000	Rp 75,600,000
Jumlah			Rp 18,150,000	Rp 217,800,000

Sumber : Data Perusahaan

Dari tabel tersebut diketahui bahwa rancangan biaya operasional perdana

berjumlah Rp 18150000,- perbulan sehingga biaya operasional yang dikeluarkan pertahun adalah Rp 217800000,-. Biaya operasional mengalami peningkatan dari tahun ke- tahun. Pada tahun pertama tidak terjadi peningkatan dikarenakan usaha baru mulai berjalan sedangkan pada tahun ke-2 (dua) ke-3 (tiga) dan ke-4 (empat) mengalami kenaikan yang sama yaitu sebesar 5%, tahun ke-5 (lima) terjadi peningkatan sebesar 10%, pada tahun ke-6 (enam) tahun ke-7 (tujuh) dan tahun ke-8 (delapan) terjadi kenaikan sebesar 15%, sedangkan tahun ke-9 (sembilan) dan tahun ke-10 (sepuluh) meningkat sebesar 20% dari tahun. Sehingga rancangan biaya usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Rancangan cost rencana usaha

Rancangan Cost Rencana Usaha			
Tahun ke	Cost Investasi (RP)	Cost Operasional (RP)	Total Cost (RP)
0	13995000		13995000
1		217800000	217800000
2		228690000	228690000
3		240124500	240124500
4		252130725	252130725
5		277343797.5	277343797.5
6		318945367.1	318945367.1
7		366787172.2	366787172.2
8		421805248	421805248
9		506166297.6	506166297.6
10		607399557.2	607399557.2

Sumber : Data diolah

Selanjutnya untuk melakukan analisis kriteria investasi diperlukan data benefit berdasarkan rancangan yang telah dibuat peneliti pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Rancangan benefit

RANCANGAN BENEFIT				
Nama Produk	Harga	Rata-rata Penjualan	Jumlah Perbulan	Jumlah Pertahun
Jaket M	Rp 125,000	10	Rp 1,250,000	Rp 15,000,000
Jaket L	Rp 145,000	50	Rp 7,250,000	Rp 87,000,000
Jaket XL	Rp 145,000	90	Rp 13,050,000	Rp 156,600,000
Total			Rp 21,550,000	Rp 258,600,000

Sumber : Data diolah

Benefit tahun pertama sebesar Rp 258.600.000. untuk tahun selanjutnya akan mengalami peningkatan pada tahun ke-2 (dua) meningkat 5%, sedangkan pada tahun ke-3 (tiga) tahun ke-4 (empat) dan tahun ke-5 (lima) mengalami kenaikan yang sama yaitu 10%, pada tahun ke-6 (enam) mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 15% sedangkan tahun ke-7 (tujuh) dan tahun ke-8 (delapan) terjadi peningkatan sebesar 20%, selanjutnya pada tahun ke-9 (sembilan) dan tahun ke-10 (sepuluh) mengalami kenaikan yang serupa yaitu meningkat 25% dari tahun sebelumnya. Selanjutnya untuk keperluan analisis maka dibutuhkan cash flow yang berasal dari pengurangan cash in flow dan cash out flow.

Selanjutnya adalah perhitungan kriteria investasi menggunakan NPV dan IRR. Perhitungan NPV dan IRR membutuhkan *net benefit* dimana *net benefit* adalah hasil dari pengurangan *benefit* dengan *cost*.

Tabel 6. Kriteria Investasi

Kriteria Investasi			
Tahun	Cash Flow	NPV	0.1
ke	(RP)	(RP)	
0	-13995000		
1	40800000	37090909.09	
2	42840000	35404958.68	
3	58558500	43995867.77	
4	76420575	52196280.99	
5	84062632.5	52196280.99	
6	96672027.38	54568839.22	
7	131953701.2	67713113	
8	176683800.1	82424296.69	
9	241945012.5	102608303.6	
10	327739580.5	126357795.9	
	NPV	640561645.93	
	IRR	304%	

Sumber : Data diolah

Perhitungan NPV menggunakan jangka waktu 10 tahun dengan suku bunga 10%. Perhitungan menggunakan Microsoft excel mendapatkan hasil bahwa tiap tahun NPV selalu bernilai positif. Sehingga hasil NPV selama 10 tahun dengan suku bunga 10% tetap bernilai positif dengan jumlah 640561645.93. Dari hasil NPV > 0 maka investasi dinyatakan layak.

Perhitungan IRR dilakukan dengan menemukan suku bunga pada saat NPV bernilai 0 (nol). Dalam hal ini penulis melakukan beberapa percobaan antara lain menggunakan suku bunga 35% NPV berada pada angka 185965312.50. Selanjutnya penulis mencoba suku bunga 95% hasilnya adalah NPV berada pada angka 39198528.51. Penulis mencoba suku bunga 150% hasilnya adalah NPV berada pada angka 16570055.56. Kemudian penulis mencoba suku bunga 304% hasilnya adalah 15159.95. Terakhir penulis mencoba suku bunga 305% hasilnya adalah NPV berada pada area negatif yakni -33596.44. Sehingga suku bunga yang digunakan adalah 304% dimana NPV bernilai positif dan mendekati 0. Maka hasil perhitungan IRR yang diperoleh oleh TSRH.co setiap tahunnya adalah 304%. Dari hasil IRR > tingkat bunga yang berlaku maka usaha dinyatakan layak untuk dijalankan.

b. *Payback Period*

Payback period adalah periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas neto [9] mengutip Purnomo, 2017. PP= 3 Bulan 3 hari sedangkan target pengembalian modal adalah 4 tahun maka usaha dinyatakan layak.

c. *Profitability Index*

PI = 15.6 total PV *cash flow* yang digunakan adalah tahun 1-4 dikarenakan dinilai tahun yang paling efektif. Hasil perhitungan mendapatkan nilai *Profitability Index* lebih besar dari 1 (PI>1) maka proyek tersebut layak.

d. BEP

Hasil dari perhitungan BEP unit adalah 40 unit perbulan nya dengan target 150 unit perbulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha layak dijalankan karena BEP< N penjualan. 40 unit tersebut jika dirupiahkan adalah Rp 5800000,-

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisa kelayakan usaha pada aspek finansial, TSRH.co merupakan

usaha yang layak dijalankan. Pernyataan tersebut berdasarkan: Hasil perhitungan kriteria investasi NPV dan IRR memenuhi kategori yakni jumlah NPV selama 10 tahun dengan suku bunga 10% menghasilkan 640561645.93. Hasil NPV > 0 maka usaha dinyatakan layak untuk dijalankan. Hasil IRR adalah 304% dengan suku bunga yang berlaku adalah 10%. hasil IRR > tingkat bunga yang berlaku maka usaha dinyatakan layak untuk dijalankan. Masa pengembalian modal (Payback Period) adalah 3 bulan 3 hari dengan jangka investasi 10 tahun. PI = 15.6 hasil perhitungan mendapatkan nilai Profitability Index lebih besar dari 1 (PI>1) maka proyek tersebut layak. BEP < N (penjualan) yakni 40 unit dengan target penjual 150 produk perbulan.

2. Kesesuaian produk TSRH.co dengan kebutuhan konsumen yakni : Produk yang memiliki ukuran yang cukup besar, timeless dan basic. Target konsumen TSRH.co adalah perempuan, memiliki ukuran tubuh dengan LD yang besar (BB > 60 kg) usia 18-35 tahun dan menyukai produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Redjeki and A. Affandi, "Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic," *Int. J. Sci. Soc.*, vol. 3, no. 1, pp. 40–55, 2021, doi: 10.54783/ijssoc.v3i1.264.
- [2] Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Q. Qurtubi, Wahyudhi Sutrisno, and Chancard Basumerda, "Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah," *J. INTECH Tek. Ind. Univ. Serang Raya*, vol. 7, no. 2, pp. 121–128, 2021, doi: 10.30656/intech.v7i2.3968.
- [3] F. N. Hanifah, "PENGEMBANGAN USAHA PAKAIAN ANAK PEREMPUAN 'ZHAFIRAKIDS,'" *J. Control. Release*, vol. 11, no. 2, pp. 430–439, 2018.
- [4] T. Wediawati and E. F. Rahmayani, "Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Barbershop," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 108–118, 2021, doi: 10.38043/jmb.v18i1.2793.
- [5] E. Pelipa and Y. Astikawati, "ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL DAN EKONOMI USAHA DEPOT AIR MINUM DI KOTA SINTANG," 2021.
- [6] A. F. Ridwan, "ANALISA KELAYAKAN INVESTASI PROYEK PENGANTIAN SECONDARY CRUSHER PADA PT BERAU COAL SITE BINUNGAN," vol. 26, no. 1, pp. 1–8, 2022, doi: 10.46984/sebatik.v26i1.1832.
- [7] A. Kusumawardani and M. I. Alamsyah, "ANALISIS PERHITUNGAN BEP (BREAK-EVEN POINT) DAN MARGIN OF SAFETY DALAM PENENTUAN HARGA JUAL PADA," vol. 9, no. 2, 2020.
- [8] I. Yusriansyah and B. Santoso, "STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SOFTWARE X DI PT . XYZ," vol. 01, no. 05, pp. 97–108, 2020.
- [9] H. Bhakti, B. I. Setiawan, and M. M. Teknologi, "ANALISA KELAYAKAN INVESTASI SPBU MIKROSITE INDOMOBIL DI," vol. 25, no. 2, pp. 296–302, 2021, doi: 10.46984/sebatik.v25i2.1547.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN