

Analisis Kelayakan Usaha Pada *Clothing Line SmileEveryday*

Denny Astrie Anggraini¹, Ari Andriyas Puji^{1*}, Suci Dana Syafly¹

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Riau

Jl. Tuanku Tambusai, Kelurahan Delima, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Riau Kode Pos 28294

E-mail: andriyasari@umri.ac.id

Abstrak

SmileEveryday adalah usaha clothing line yang akan hadir di jl. Lembaga Perumahan, Pekanbaru, dengan menawarkan produk fashion berkualitas premium dan harga terjangkau untuk target pasar generasi muda berusia 16-27 tahun. Usaha ini dinilai layak berdasarkan aspek teknis karena lokasi yang strategis, padat penduduk dengan rentang usia yang sesuai target pasar, serta fasilitas yang memadai, seperti tempat parkir yang luas dan penyewaan tempat yang terjangkau. Selain itu, bangunan yang digunakan dalam kondisi baik, mendukung kelancaran operasional. Dari sisi pasar, produk SmileEveryday dirancang dengan bahan yang nyaman, tidak panas, dan dapat memberikan rasa percaya diri bagi konsumen. Produk ini juga menawarkan keunggulan harga yang kompetitif dengan kualitas yang premium dibandingkan brand lain. Dalam aspek pemasaran, usaha ini akan menerapkan strategi persaingan pasar dengan analisis SWOT untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dari sisi finansial, harga jual per pcs baju sebesar Rp104.000 dengan laba 30%, BEP unit 152 dan BEP Rupiah Rp1.031.849. NPV yang diperoleh sebesar Rp4.538.355, IRR 8%, lebih tinggi dari tingkat suku bunga 7%, menunjukkan potensi keuntungan yang baik. Selain itu, BCR 1,01 dan NBCR 1,04 menunjukkan kelayakan finansial usaha ini. Dengan payback period (PBP) yang diperkirakan dalam 1,5 tahun atau 17 bulan, usaha ini berpotensi untuk mengembalikan investasi dalam waktu relatif singkat, menegaskan bahwa SmileEveryday layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Kelayakan Usaha, Aspek Teknis, Aspek Pasar, Aspek Pemasaran, Aspek Finansial

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat. Secara alamiah, proses pembangunan ekonomi suatu negara menciptakan kesempatan besar bagi berbagai kegiatan ekonomi, termasuk industri dari berbagai skala usaha, baik kecil, menengah, maupun besar (Nurfauzi et al., 2018). Berbisnis dapat menjadi peluang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan dapat dilakukan oleh siapa saja yang berniat melakukannya (Siti Rahmmadani, 2019). Pengembangan usaha juga merupakan strategi untuk meningkatkan kinerja yang memerlukan analisis dan alat strategi yang tepat bagi perusahaan (Alfajri et al., 2023).

Setiap bisnis memiliki tujuan untuk memperoleh laba yang optimum demi kelangsungan hidup perusahaan. Pencapaian laba penting karena berhubungan dengan konsep akuntansi, seperti pengembangan dan kesinambungan perusahaan. Untuk itu, perusahaan perlu meningkatkan penjualan dan menghemat biaya produksi (Hamidah et al., 2022). Pengembangan bisnis bertujuan memastikan operasi memberikan nilai, menyediakan sumber daya yang cukup, dan memastikan kelangsungan usaha jangka panjang (Sitti Hajerah Hasyim, 2022). Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah industri fashion, khususnya clothing line.

Usaha clothing line semakin diminati, khususnya di kalangan anak muda. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM serta Badan Pusat Statistik, jumlah usaha clothing line terus meningkat, dengan penjualan yang tumbuh signifikan setelah pandemi. Pada April 2021, penjualan eceran tumbuh 17,3% (month to month), menunjukkan perkembangan pesat di sektor ini (Bank Indonesia, 2021). Namun, dengan semakin banyaknya pelaku usaha, persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, penting untuk melakukan studi kelayakan untuk menilai potensi risiko dan keuntungan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

Studi kelayakan merupakan langkah penting untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan dan mengidentifikasi potensi risiko. Subagyo (2017) menjelaskan bahwa studi kelayakan yang tepat dapat menghindarkan kegagalan dan memberikan gambaran risiko yang akan dihadapi. Kadek Arianton et al. (2017) menyatakan bahwa studi kelayakan juga

berfungsi sebagai alat peramalan untuk mengetahui hasil yang mungkin dicapai. Selain itu, studi kelayakan juga penting untuk mengidentifikasi apakah suatu usaha dapat berkembang dengan baik atau tidak, serta memberi informasi yang dibutuhkan oleh investor dan pihak terkait lainnya (Lubis et al., 2023; Adillah & Isdiana Suprapti, 2021).

SmileEveryday adalah rencana usaha clothing line yang akan berlokasi di Jl. Lembaga Perumahan, Pekanbaru. Berdasarkan observasi lapangan, terdapat lima distro yang sudah beroperasi di sekitar lokasi, sehingga menambah tingkat persaingan. Untuk itu, diperlukan studi kelayakan untuk menilai potensi keuntungan dan risiko yang dihadapi. Penilaian kelayakan usaha ini mencakup analisis teknis, pasar, pemasaran, dan finansial, yang akan menjadi dasar untuk memutuskan kelayakan usaha ini untuk didirikan (Adillah & Isdiana Suprapti, 2021).

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode analisis kelayakan usaha untuk menilai apakah usaha clothing line SmileEveryday layak didirikan di Jalan Lembaga Perumahan, Pekanbaru. Analisis dilakukan pada empat aspek utama: teknis, pasar, pemasaran, dan finansial. Aspek teknis mencakup penilaian lokasi usaha, fasilitas yang tersedia, dan kemampuan operasional berdasarkan observasi lapangan. Aspek pasar dievaluasi melalui survei dan wawancara untuk memahami preferensi target konsumen, yaitu generasi muda berusia 16–27 tahun. Aspek pemasaran dianalisis menggunakan strategi promosi berbasis media sosial dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman usaha. Pada aspek finansial, dilakukan perhitungan indikator seperti harga jual produk, margin laba, Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Benefit Cost Ratio (BCR), dan Payback Period (PBP) untuk menilai potensi keuntungan dan risiko usaha. Hasil dari analisis ini digunakan untuk menghasilkan rekomendasi kelayakan usaha dan menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pihak terkait, termasuk investor, kreditor, dan pengelola usaha.

3. Hasil dan pembahasan

3.1 Implementasi Metode

Implementasi metode adalah cara untuk menggunakan langkah-langkah secara urut mengenai penelitian atau tugas yang sedang dilaksanakan.

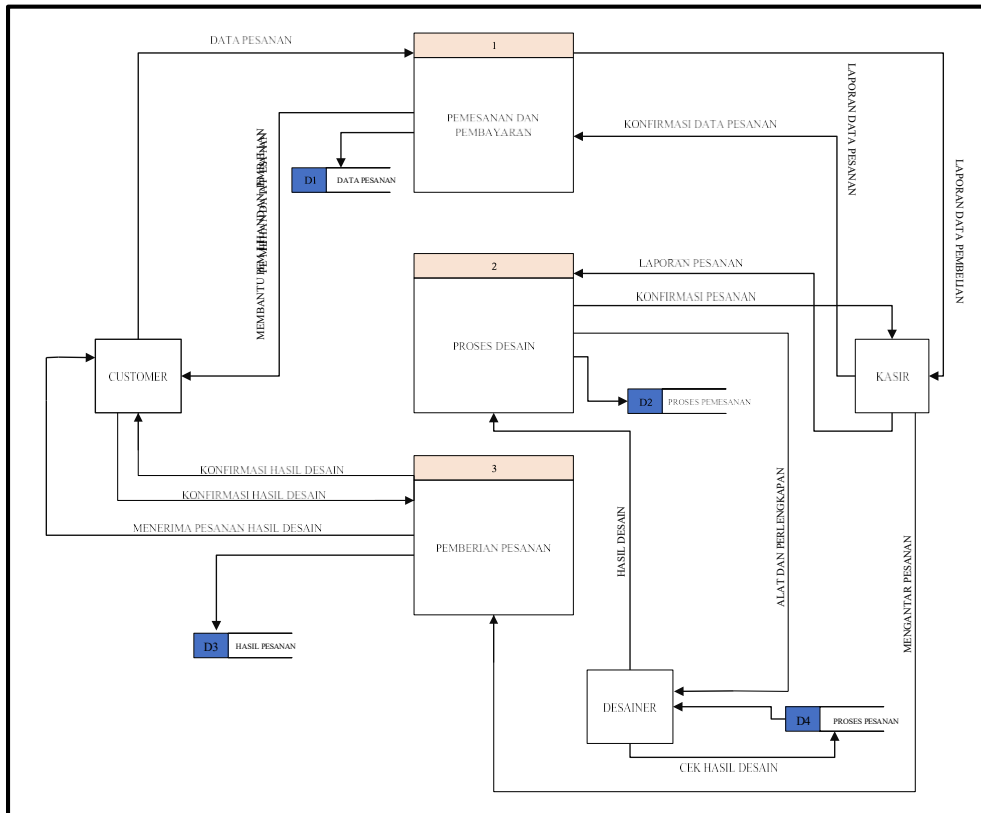
3.1.1 Identifikasi Studi Kelayakan Usaha Berdasarkan Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan salah satu kajian mengenai pembangunan fisik suatu usaha serta pengoperasiannya.

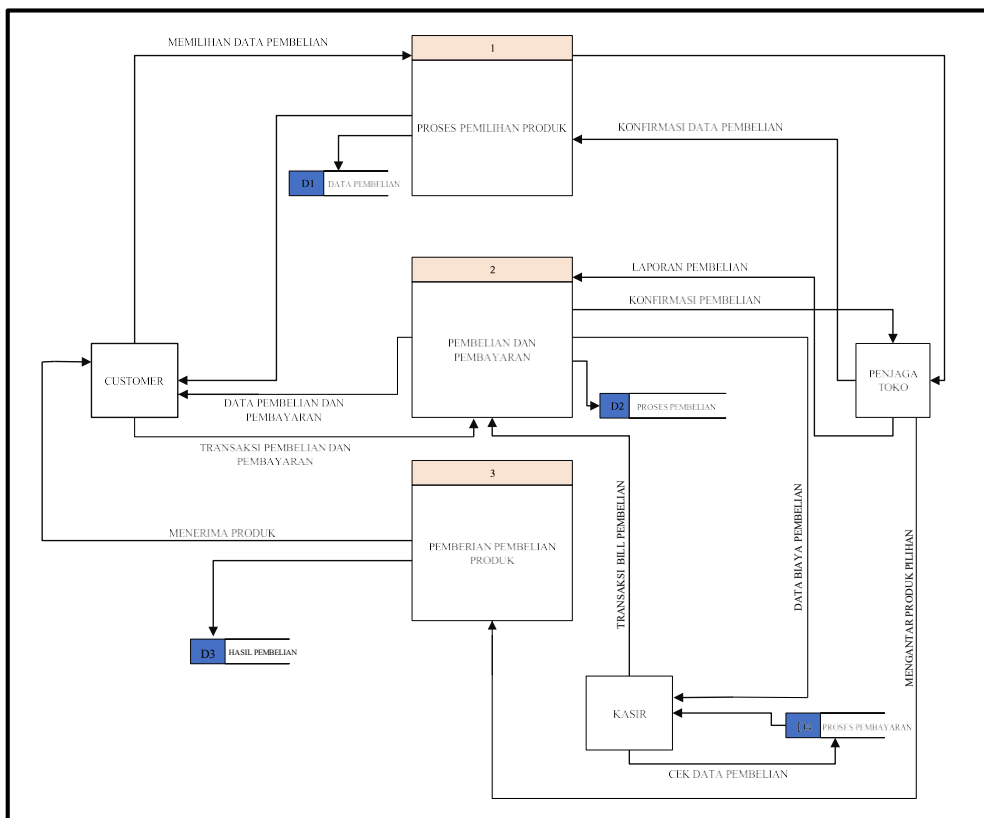
Berikut merupakan bagian dari aspek teknis :

3.1.1.1 Proses dan Kapasitas Produksi

Proses kegiatan produksi pada studi ini dapat dilihat pada Data Flow Diagram (DFD) dibawah ini, fungsi pertama dari DFD adalah sebagai penggambaran alur dari sebuah sistem. Diagram arus data (data flow diagram) adalah suatu model yang menggambarkan aliran data dan proses untuk mengolah data dalam suatu sistem. Tujuannya adalah agar model yang dibuat itu mudah dibaca dan dimengerti tidak hanya oleh profesional sistem yang membuat DFD, tetapi juga oleh pemakai yang berpengalaman dengan subyek yang terjadi. Berikut DFD pemesanan dan pembelian produk pada usaha clothing line SmileEveryday tersaji dalam gambar 3.1 dan gambar 3.2 dibawah ini.



Gambar 1. Data Flow Diagram (DFD) Pemesanan Produk
 Sumber : Pengolahan Data, 2023



Gambar 2. Data Flow Diagram (DFD) Pembelian Produk
 Sumber : Pengolahan Data, 2023

Pada produksi clothing line SmileEveryday, direncanakan untuk memproduksi katalog baru setiap satu minggu sekali, dengan tujuan untuk selalu menghadirkan desain terkini yang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen.

Kapasitas pengerjaan desain katalog ini akan dikerjakan oleh dua karyawan yang bekerja selama 9 jam per hari. Setiap harinya, mereka diperkirakan mampu memproduksi 2 lusin atau 24 pcs katalog, dengan estimasi kapasitas tahunan mencapai sekitar 8.760 pcs per tahun. Hal ini menunjukkan efisiensi operasional yang cukup tinggi, mengingat tingkat permintaan pasar yang terus berkembang dan kebutuhan untuk memperbarui produk secara rutin.

Perencanaan produksi katalog SmileEveryday ini mengadopsi sistem perencanaan Make to Stock (MTS), yang merupakan pendekatan yang sangat sesuai untuk usaha yang mengutamakan ketersediaan produk secara terus-menerus. Dengan MTS, perusahaan dapat memproduksi katalog dan produk dalam jumlah besar terlebih dahulu, sehingga siap untuk memenuhi permintaan pelanggan tanpa harus menunggu proses produksi setiap kali ada pesanan. Keunggulan dari sistem MTS ini adalah kemampuannya dalam memenuhi permintaan pelanggan secara instan, mengurangi waktu tunggu, serta menciptakan keuntungan dari ekonomi skala yang diperoleh melalui produksi massal. Dengan memproduksi dalam jumlah besar di awal, SmileEveryday dapat mengurangi biaya produksi per unit, meningkatkan efisiensi distribusi, dan memastikan ketersediaan produk di pasar yang lebih cepat. Selain itu, sistem MTS juga memungkinkan perusahaan untuk memonitor tingkat persediaan secara lebih baik, mengurangi risiko kehabisan stok, dan meminimalkan pemborosan produksi, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan operasional dan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

3.1.1.2 Penentuan Lokasi

Untuk menentukan lokasi pendirian outlet clothing line SmileEveryday ditentukan dengan metode perhitungan Beban Skor. Penggunaan perhitungan beban skor dalam penentuan lokasi dalam analisis kelayakan bisnis membantu dalam mengambil keputusan yang lebih baik, lebih terinformasi, dan lebih obyektif, serta memungkinkan pengambil keputusan untuk mempertimbangkan berbagai aspek secara komprehensif. Langkah-langkahnya dalam perhitungan beban skor adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan faktor-faktor yang akan dinilai. Faktor ini diambil dari pertimbangan peneliti terkait dengan faktor-faktor perencanaan pendirian usaha, yang nantinya akan dibandingkan dengan rencana lokasi usaha.
- b. Memberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing faktor. Untuk menentukan bobot faktor yang dinilai, peneliti meletakkan faktor yang terpenting di nilai yang tertinggi, sehingga didapat semua faktor yang di nilai, berakhir dengan nilai bobot total 100.
- c. Memberikan skor untuk setiap faktor yang dinilai. Untuk nilai skor ditentukan dengan keterangan nilai sebagai berikut :
 - 1 = kurang
 - 2 = sedang
 - 3 = baik
 - 4 = baik sekali
- d. Mengalikan skor x bobot setiap faktor.
- e. Menentukan lokasi dengan mendasarkan pada nilai beban skor tertinggi.

Rencana lokasi untuk usaha untuk outlet clothing line SmileEveryday didapat berdasarkan rekomendasi dan survey langsung kelapangan. Menggunakan metode beban skor dengan tujuan membandingkan dan mengambil keputusan untuk pemilihan lokasi yang paling memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dibawah ini merupakan tabel 5.1 penentuan lokasi dengan perhitungan beban skor, sebagai berikut :

Tabel 1. Perhitungan Beban Skor

Faktor Yang Dinilai	Bobot	Lokasi Potensial			Bobot X Skor		
		Jl. Lobak	Jl. Lembaga Perumahan	Jl. Paus	Jl. Lobak	Jl. Lembaga Perumahan	Jl. Paus
Sewa Tempat	20	3	3	2	60	60	40
Target Pasar	35	4	4	2	140	140	70
Lokasi Yang Strategis	30	3	4	3	90	120	90
Sumber Bahan Baku	15	2	3	4	30	45	60
Jumlah Beban Skor					320	365	260

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari penentuan lokasi dengan menggunakan metode beban skor mengambil nilai tertinggi dari perhitungan faktor-faktor yang dinilai, maka lokasi yang tepat untuk pendirian outlet clothing line SmileEveryday adalah di Jl. Lembaga Perumahan, dengan total beban skor 365.

3.1.1.3 Identitas Usaha

Identitas usaha merujuk pada gambaran menyeluruh tentang bisnis yang mencakup beberapa elemen penting. Berikut adalah beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengidentifikasi identitas usaha :

a. Nama Brand

Penamaan SmileEveryday berasal dari bahasa Inggris “smile” artinya senyum dan “everyday” yang artinya setiap hari. Dengan nama ini diharapkan customers mendapat low of attraction dari penggunaan kaos dari brand ini, sehingga dapat menciptakan suasana yang selalu bahagia. Singkatnya dijelaskan pada Greeting Card sebagai salah satu gift yang diberikan kepada customers yang membeli produk di SmileEveryday.

b. Logo dan Greeting Card

Logo merupakan bagian dari identitas clothing line SmileEveryday yang mampu menyampaikan pesan kepada konsumen terhadap produk yang dijual, berikut ini gambar 3 dari logo SmileEveryday :



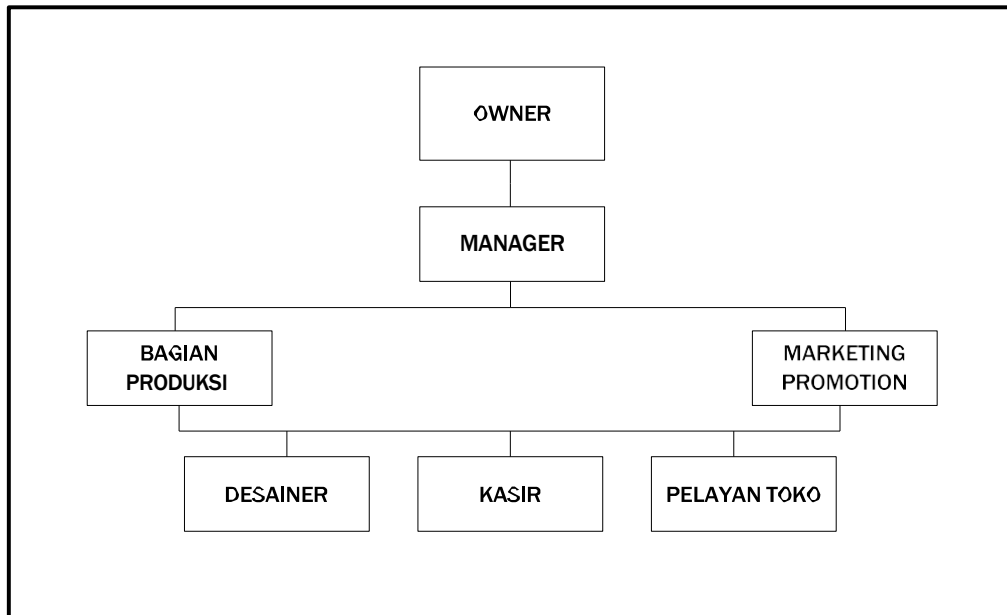
Gambar 3. Logo SmileEveryday Sumber : Pengolahan Data, 2023

Elemen-elemen yang terdapat pada logo SmileEveryday memiliki makna mendalam yang mencerminkan konsep dan filosofi brand. Warna hitam dipilih karena mengikuti tren fashion terkini dan melambangkan kekuatan yang memikat. Font yang digunakan menggambarkan tema desain SmileEveryday yang terinspirasi dari potongan-potongan genre musik hardcore, memberikan nuansa yang tegas dan energik. Sementara itu, warna font putih melambangkan kebaikan, yang menunjukkan bahwa meskipun musik hardcore sering diasosiasikan dengan kegelapan dan kejahatan, desain SmileEveryday ingin menyampaikan pesan bahwa selalu ada sisi positif dalam setiap genre musik, termasuk hardcore.

Greeting card merupakan kartu ucapan yang diberikan kepada customers yang membeli produk di SmileEveryday yang berisi pesan untuk menunjukkan rasa terima kasih dan harapan penjual. Berikut gambar dari greeting card clothing line SmileEveryday.

3.1.1.4 Struktur Organisasi

Sebuah sistem yang disebut struktur organisasi digunakan untuk mendefinisikan hierarki dalam organisasi dengan tujuan mendefinisikan bagaimana setiap bidang harus berfungsi dan membantu antara satu sama lain dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Gambar 5.4 dibawah ini merupakan struktur organisasi pada clothing Line SmileEveryday :



Gambar 4. Struktur Organisasi Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Pada perencanaan ini, jenis-jenis pekerjaan yang diperlukan agar aktivitas usaha dapat berjalan dengan baik dan efektif. Agar tidak terjadi pemborosan pada biaya tenaga kerja, usaha clothing line SmileEveryday ini membutuhkan 7 orang tenaga kerja agar dapat bekerja secara optimal, yaitu terdiri dari :

- a. *Owner* = 1 orang
- b. *Manager* = 1 orang
- c. *Bagian Produksi* = 2 orang
- d. *Marketing Promotion* = 1 orang
- e. *Desainer* = 1 orang
- f. *Kasir* = 1 orang
- g. *Pelayan Toko* = 1 orang

3.1.1.5 Sumber Daya Manusia

Sumber daya meliputi sesuatu yang dipersiapkan oleh perusahaan berkaitan dengan kinerja sumber daya manusia (SDM), dalam penempatan posisi kerja sesuai dengan bidang dan keahliannya masing-masing. Adapun bagian-bagian dari jobdesk, sebagai berikut :

- a. Owner adalah pemilik dan pemimpin perusahaan yang bertanggung jawab untuk memimpin, membuat peraturan, mengawasi operasional, serta menyusun laporan keuangan perusahaan, termasuk laba dan rugi.
- b. Manager memimpin karyawan, mengambil keputusan berdasarkan pengalaman, memecahkan masalah, dan membangun tim kerja yang produktif.
- c. Bagian Produksi bertugas mengatur proses produksi, mulai dari riset bahan baku hingga pengecekan stok produk dan koordinasi dengan desainer untuk pencetakan.
- d. Marketing and Promotion fokus pada peningkatan penjualan dengan melakukan riset pasar, mempromosikan produk, dan mengelola media sosial untuk menarik pelanggan.
- e. Desainer mendesain katalog produk baru secara berkala dan melayani permintaan desain custom dari pelanggan, serta mengikuti tren fashion terkini.

- f. Kasir bertugas untuk melakukan transaksi penjualan, membantu membuka dan menutup toko, serta membuat laporan harian penjualan.
- g. Pelayan Toko melayani pelanggan, menjaga kebersihan dan kerapian toko, serta memastikan produk ditata dengan baik untuk memudahkan pelanggan.

Adapun besar gaji yang diberikan perusahaan kepada karyawan setiap bulannya dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Upah Kerja Karyawan Perbulan

No	Jabatan	Persentase Upah/pcs	Harga (Rp)	Upah Kerja (Perhari)	Upah Kerja Perbulan	
1	Toko	30%	Rp104.000	Rp	31.200 Rp	936.000
12	Manager	20%	Rp104.000	Rp	20.800 Rp	624.000
3	Bagian Produksi 1	10%	Rp104.000	Rp	10.400 Rp	312.000
4	Bagian Produksi 2	10%	Rp104.000	Rp	10.400 Rp	312.000
5	Desainer	10%	Rp104.000	Rp	10.400 Rp	312.000
6	Marketing Promotion	10%	Rp104.000	Rp	10.400 Rp	312.000
7	Kasir	5%	Rp104.000	Rp	5.200 Rp	156.000
8	Pelayan Toko	5%	Rp104.000	Rp	5.200 Rp	156.000
Total					Rp	3.120.000,00

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.2 Identifikasi Studi Kelayakan Usaha Berdasarkan Aspek Pasar

Aspek pasar dan pemasaran diperlukan dalam menentukan potensi suatu usaha. Aspek pasar menjadi perhatian pertama agar dapat mengetahui sejauh mana pangsa pasar dan peluang yang tersedia. Berikut merupakan bagian-bagian dari aspek pasar dalam perencanaan pendirian usaha clothing line SmileEveryday:

3.1.2.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik konsumen. Tiga variabel utama yang digunakan dalam segmentasi pasar adalah demografis, psikografis, dan geografis. Segmentasi demografis membagi pasar berdasarkan usia dan jenis kelamin, dengan fokus pada generasi muda berusia 16 hingga 27 tahun. Segmentasi psikografis melihat pada gaya hidup dan kepribadian konsumen, seperti preferensi terhadap pakaian yang nyaman dan desain yang ceria. Segmentasi geografis mengacu pada lokasi pasar, seperti kedekatan dengan sekolah dan perkantoran. Dengan segmentasi yang tepat, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, memilih segmen pasar yang menguntungkan, dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung keberhasilan jangka panjang usaha.

3.1.2.2 Target Pasar

Target pasar adalah sekelompok individu atau organisasi yang menjadi fokus utama dari upaya pemasaran produk atau layanan tertentu untuk membeli produk atau menggunakan layanan yang ditawarkan oleh sebuah bisnis. Penetapan target pasar sangat penting dalam pengembangan strategi pemasaran karena membantu perusahaan untuk lebih efisien dalam mengalokasikan sumber daya dan merancang pemasaran yang lebih tepat dan relevan.

Setelah melakukan segmentasi pasar, clothing line SmileEveryday ini menetapkan target pasarnya adalah generasi muda-mudi laki-laki dan perempuan dengan range umur 16 sd 27 tahun yaitu kalangan pelajar dan pekerja, berdasarkan target geografis. Target pasar termasuk dalam sifat umum pasar yang akan mempengaruhi keputusan membeli yaitu variabel segmentasi psikografis, dimana keputusan membeli ditentukan oleh karakteristik kepribadian seperti anak muda pencinta fashion. Clothing line SmileEveryday berharap target pasar tidak hanya membeli tetapi juga mencari jati diri dan memiliki hubungan psikologis melalui produk fashion. Pada data BPS Kota Pekanbaru terdapat jumlah penduduk menurut pengelompokan umur dan jenis kelamin seperti gambar 5.4 dibawah ini :

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Orang)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki + Perempuan		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
0-4	57.529	56.306	50.006	52.948	53.276	47.223	110.877	111.586	97.229
5-9	51.329	52.334	45.342	47.331	48.466	43.277	98.660	100.800	88.619
10-14	46.601	47.214	41.675	43.057	43.509	38.537	89.688	90.723	80.212
15-19	52.296	53.290	40.171	53.904	54.542	38.241	105.760	107.832	78.412
20-24	62.537	62.901	41.925	61.140	61.167	42.129	123.677	124.068	84.054
25-29	54.463	55.012	42.783	51.697	52.451	42.627	106.160	107.463	86.410

Gambar 5. Data Jumlah Penduduk dengan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Sumber : BPS Kota Pekanbaru, 2023

Pada akhirnya, analisis target pasar membantu bisnis untuk menyesuaikan strategi mereka dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen, sehingga dapat bersaing dengan lebih baik dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

3.1.2.3 Positioning

Positioning pada sebuah usaha sangatlah penting karena hal tersebut dapat membuat citra merk yang lebih baik lagi agar selalu diingat dalam hati para konsumen. Kualitas bahan premium dengan desain unik dan khas adalah salah satu keunggulan dari brand ini. Perbedaannya dengan brand lain ialah, harga yang cukup terjangkau dengan kualitas yang premium.

3.1.3 Identifikasi Studi Kelayakan Usaha Berdasarkan Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran bertujuan agar bagaimana menguasai penjualan serta menganalisa pasar dan lainnya. Aspek pemasaran membutuhkan strategi. Berikut merupakan bagian-bagian dari pemasaran dalam perencanaan pendirian usaha clothing line SmileEveryday ini :

3.1.3.1 Identifikasi Pesaing

Tahap pertama yang dilakukan yaitu mengidentifikasi pesaing. Dalam persaingan pasar terdapat beberapa jumlah pesaing yang telah beroperasi di sekitar lokasi usaha , adapun data pesaing dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Daftar Nama Pesaing

No.	Nama Pesaing	Alamat
1	Smile With Vegas	Jl. Lembaga Perumahan, No. 36B
2	House Of Smith	Jl. Ronggo Warsito, No. 41
3	Wizzard	Jl. Lembaga Perumahan, No. 5A
4	Marantau Clothing	Jl. Lobak, No. 09

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Terdapat 4 daftar nama pesaing yang berada disekitar lokasi usaha dari data tersebut kemudian mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pesaing. Adapun kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pesaing yang telah beroperasi dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Kelebihan dan Kekurangan Dari Pesaing yang telah Beroperasi

Nama Pesaing	Kelebihan	Kekurangan
Smile With Vegas	1. Menjual produk yang memiliki pasar yang tinggi 2. Produk berkualitas premium 3. Pelayanan yang ramah	1. Lahan parkir kurang luas 2. Pencahayaan ruangan kurang
House Of Smith	1. Menjual produk yang memiliki pasar yang tinggi 2. Pelayanan yang ramah 3. Lahan parkir luas 4. Produk berkualitas premium	1. Tempat yang tidak begitu luas
Wizzard	1. Membuat produk dengan brand sendiri 2. Juga menjual produk brand lain dengan pasar yang tinggi 3. Pelayanan yang ramah 4. Produk berkualitas premium 5. Lahan parkir yang luas	1. Harga jual yang tinggi
Marantau Clothing	1. Pelayanan yang ramah 2. Brand memiliki ciri khas 3. Harga yang murah	1. Lahan parkir yang kecil 2. Toko memiliki ruang yang sempit 3. Kualitas produk yang semi-premium

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

3.1.4 Strategi Persaingan

Strategi persaingan pasar ini dilakukan untuk menarik konsumen dan dapat memenangkan persaingan pasar. Adapun cara yang dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT karena dapat memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi berbagai aspek internal dan eksternal dari suatu bisnis, proyek, atau situasi. Berikut ini disajikan tabl 5 analisis SWOT.

Tabel 5. Analisis SWOT

	FAKTOR INTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
FAKTOR EKSTERNAL		1. Tim dan desain yang kreatif 2. Harga yang relatif terjangkau guna menarik pasar 3. Kualitas dan branding bagus	1. Usaha yang baru di rintis dan belum di kenal oleh masyarakat 2. Modal yang cukup besar dalam memulai usaha
	OPPORTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
	1. Kebutuhan konsumen yang berkembang 2. Pertumbuhan pasar <i>online</i> 3. Meninjau <i>trend</i> pasar dan <i>fashion</i>	Mengikuti <i>trend fashion</i> dan aktif disosial media agar <i>costumers</i> mengetahui perkembangan seperti apa yang diikuti <i>brand clothing line</i> ini dan mencantumkan harga sebagai pelengkap informasi	Meningkatkan promosi untuk meningkatkan informasi terkait <i>brand</i> dan agar produk terjual sehingga mendapatkan keuntungan
	THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
	1. Banyaknya bisnis dibidang yang sama 2. Bentuk desain yang kurang lebih serupa karena peluang permintaan yang sama	Membuat ikon atau ciri khas dari <i>brand</i> ini agar menjadi tanda pengenalan kepada <i>costumers</i> dan beradaptasi cepat terhadap <i>trend fashion</i>	Diversifikasi Produk dan Pasar

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Dengan demikian, analisis SWOT merupakan alat yang berguna dan serbaguna dalam penelitian karena membantu dalam pemahaman menyeluruh tentang situasi yang sedang diteliti dan membantu dalam merencanakan langkah-langkah strategis yang tepat.

3.1.5 Promosi Produk

Untuk mempromosikan produk perlu dilakukan strategi promosi. Strategi yang akan digunakan dalam mempromosikan produk adalah sebagai berikut :

1. *Online Promotion* adalah berbagai aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui internet dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, dan mendorong tindakan dari audiens target terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ada beberapa jenis promosi online yang dapat dilakukan, diantaranya sebagai berikut :
 - a. Online Advertising pada Instagram
 - b. Social Media, membuat akun pada instagram dan tiktok untuk promosi dan sebagai wadah yang berisi informasi seputar brand.
 - c. Join ke aplikasi Online Shopping Shopee dan TikTok Shop.
2. *Word Of Mouth* (Mulut Ke Mulut) adalah bentuk promosi di mana informasi tentang suatu produk, layanan, atau merek disebar dari satu individu ke individu lain melalui percakapan. Ini adalah salah satu bentuk pemasaran yang paling efektif karena didasarkan pada rekomendasi pribadi dan pengalaman nyata, yang biasanya dianggap lebih dapat dipercaya oleh konsumen dibandingkan dengan iklan formal. Promosi bisa dilakukan terhadap calon *costumers* yang akan mengenal outlet clothing Line ini sehingga calon *costumers* yang belum mengetahui keberadaan outlet clothing line ini menjadi tahu melalui penyampaian informasi secara instan. Dalam hal ini,

berikut adalah hal penting dari bentuk promosi word of mouth yang akan dilakukan:

- Konsumen cenderung lebih percaya pada rekomendasi dari teman, keluarga, atau orang yang mereka kenal dibandingkan dengan iklan.
- Rekomendasi sering kali didasarkan pada pengalaman pribadi yang memberikan wawasan otentik tentang kualitas produk atau layanan.
- Informasi dapat menyebar dengan cepat melalui jaringan sosial, terutama dengan adanya media sosial.
- Word of mouth sering kali tidak memerlukan biaya langsung, tetapi efeknya bisa sangat signifikan.
- Orang sering dipengaruhi oleh pendapat orang lain, terutama mereka yang dianggap ahli atau memiliki pengalaman lebih.

Strateginya meliputi:

- Memberikan Layanan Pelanggan yang Luar Biasa: Pengalaman positif cenderung dibagikan lebih sering.
- Menciptakan Produk yang Berkualitas: Produk atau layanan yang luar biasa cenderung mendapatkan rekomendasi alami.
- Menggunakan Influencer: Memanfaatkan orang dengan pengaruh besar untuk merekomendasikan produk.
- Program Referral: Memberikan insentif kepada pelanggan yang merekomendasikan produk kepada orang lain.

Word of mouth merupakan alat pemasaran yang sangat kuat karena didorong oleh kepercayaan dan autentisitas, yang sering kali lebih sulit dicapai melalui iklan tradisional.

3.1.6 Identifikasi Studi Kelayakan Usaha Berdasarkan Aspek Finansial

Berikut ini disajikan tabel 6 yaitu daftar alat dan perlengkapan toko SmileEveryday.

Tabel 6. Alat dan Perlengkapan Toko SmileEveryday

No	Alat dan Perlengkapan	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga	Jumlah
1	Mesin Kasir	Mesin	1	Unit	Rp 2.600.000	Rp 2.600.000
2	Meja Kasir	Alat	1	Unit	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
3	Mesin EDC Pembayaran	Mesin	1	Buah	Rp 611.000	Rp 611.000
4	Mesin Sablon	Mesin	1	Buah	Rp 22.300.000	Rp 22.300.000
5	Pengering Sablon (Heat Gun)	Mesin	1	Buah	Rp 230.000	Rp 230.000
6	Tirai Ruang Ganti	Alat	1	Buah	Rp 58.000	Rp 58.000
7	Cermin	Alat	2	Buah	Rp 80.000	Rp 160.000
8	Stand Hanger 1 Meter	Alat	2	Buah	Rp 45.000	Rp 90.000
9	Stand Hanger 1.5 Meter	Alat	1	Buah	Rp 140.000	Rp 140.000
10	Gantungan Hanger Dinding 80x8cm	Alat	2	Buah	Rp 14.000	Rp 28.000
11	Gantungan Hanger Dinding 100x8cm	Alat	1	Buah	Rp 35.000	Rp 35.000
12	Hanger	Alat	1	Paket	Rp 250.000	Rp 250.000
13	AC 1.5Pk	Mesin	2	Buah	Rp 1.850.000	Rp 3.700.000
14	Kipas Dinding	Mesin	1	Buah	Rp 125.000	Rp 125.000
15	Meja Display	Alat	1	Buah	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
16	Meja Komputer	Alat	1	Buah	Rp 280.000	Rp 280.000
17	Komputer	Mesin	1	Buah	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
18	Printer	Mesin	1	Buah	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
19	Kursi	Alat	7	Buah	Rp 50.000	Rp 350.000
20	Kursi Panjang	Alat	1	Buah	Rp 250.000	Rp 250.000
21	Lampu	Alat	8	Buah	Rp 40.000	Rp 320.000
22	Keset Kaki	Alat	2	Buah	Rp 30.000	Rp 60.000
23	Sapu	Alat	1	Buah	Rp 18.000	Rp 18.000
24	Pel	Alat	1	Buah	Rp 20.000	Rp 20.000
25	Tong Sampah	wadah	2	Buah	Rp 15.000	Rp 30.000
26	Spanduk SmileEveryday	Alat	1	Buah	Rp 62.000	Rp 62.000
27	ATK	Alat	1	Paket	Rp 200.000	Rp 200.000
Total						Rp 41.917.000

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 7 yaitu daftar biaya bahan baku toko SmileEveryday

Tabel 7. Biaya Bahan Baku

No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga	Jumlah/Tahun
1	Baju Kaos	9.000	25	Rp35.000	Rp315.000.000
2	Tinta Sablon	375	1	Rp16.000	Rp6.000.000
3	Plastik	9.125	25	Rp2.000	Rp18.250.000
4	Stiker	9.125	25	Rp1.000	Rp9.125.000
5	Thank's Card	9.125	25	Rp1.000	Rp9.125.000
6	Kertas Teflon Sablon	9.125	25	Rp30.000	Rp273.750.000
Total					Rp631.250.000
Biaya Bahan Baku Perbulan					Rp52.604.167
Biaya Produk/Pcs					Rp73.061

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 8 yaitu kapasista produksi toko SmileEveryday

Tabel 8. Kapasitas Produksi

Kapasitas Produksi	Jumlah
Perhari	24
Perbulan	720
Pertahun	8640

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 9. yaitu biaya penyusutan toko SmileEveryday

Tabel 9 Biaya Penyusutan

No	Depresiasi	Nilai	Nilai Residu (10%dari Nilai)	Umur Ekonomis (Pertahun)	Penyusutan Pertahun	Penyusutan Perbulan	Penyusutan Perunit
1	Mesin Kasir	Rp2.600.000	Rp260.000	5	Rp468.000	Rp39.000	Rp1.300
2	Mesin EDC Pembayaran	Rp611.000	Rp61.100	5	Rp109.980	Rp9.165	Rp306
3	Mesin Sablon	Rp22.300.000	Rp2.230.000	5	Rp4.014.000	Rp334.500	Rp11.150
4	Pengering Sablon (Heat Gun)	Rp230.000	Rp23.000	5	Rp41.400	Rp3.450	Rp115
5	AC 1.5Pk	Rp3.700.000	Rp370.000	5	Rp666.000	Rp55.500	Rp1.850
6	Kipas Dinding	Rp125.000	Rp12.500	5	Rp22.500	Rp1.875	Rp63
7	Komputer	Rp3.500.000	Rp350.000	5	Rp630.000	Rp52.500	Rp1.750
8	Printer	Rp2.500.000	Rp250.000	5	Rp450.000	Rp37.500	Rp1.250
Total					Rp6.401.880	Rp533.490	Rp17.783

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 10 yaitu daftar biaya operasional toko SmileEveryday

Tabel 10. Biaya Operasional

No	Biaya Operasional	Satuan	Harga	Jumlah/Tahun
1	Sewa Ruko	Bulan	Rp2.500.000	Rp30.000.000
2	Biaya Listrik	Bulan	Rp1.000.000	Rp12.000.000
Total				Rp42.000.000
Biaya Operasional Perbulan				Rp 3.500.000
Biaya Produk/Pcs				Rp 4.861

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 11 yaitu biaya investasi toko SmileEveryday

Tabel 11. Biaya Investasi

No	Nama	Harga/Bulan
1	Alat dan Perlengkapan	Rp 41.917.000
2	Bahan Baku	Rp 52.604.167
3	Depresiasi	Rp 533.490
4	Upah	Rp 3.120.000
5	Biaya Operasional	Rp 3.500.000

Total	Rp101.674.657
--------------	----------------------

Sumber : Pengumpulan Data, 2023

3.1.6.1 Harga Pokok Produksi

Berikut ini disajikan tabel 5.12 yaitu perhitungan harga pokok produksi toko SmileEveryday

Tabel 12. Perhitungan Harga Pokok Produksi

No	Penentuan Harga/pcs	Harga
1	Bahan Baku	Rp 73.061
2	Biaya Operasional	Rp 4.861
3	HPP	Rp 77.922
4	Laba (30%)	Rp 25.714
5	Harga Jual	Rp 103.637
Pembulatan		Rp104.000

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.2 Break Even Point (BEP)

Berikut ini disajikan tabel 13 yaitu *Break Even Point* toko SmileEveryday

Tabel 13. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

<i>Fix Cost</i>	Satuan	Jumlah
Biaya Operasional	Bulan	Rp 3.500.000
Depresiasi	Bulan	Rp 533.490
Total		Rp 4.033.490
<i>Variable Cost</i>	Satuan	Jumlah
Bahan Baku	Unit	Rp 73.061
Upah	Unit	Rp 4.333
Total		Rp 77.395
Harga Jual	Satuan	Jumlah
Harga Jual	Unit	Rp 104.000
BEP	Unit	152
BEP	Rupiah	Rp 1.031.849

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.3 Net Present Value (NPV)

Berikut ini disajikan tabel 14 *Net Present Value* toko SmileEveryday

Tabel 14. Perhitungan *Net Present Value* (NPV)

Periode	Investasi a	Total Operasional b	Total Cost c=a+b	Benefit d	Net Benefit e=d-c	DF 7% f	Present Value g=exf
0	Rp 101.674.657	Rp -	Rp 101.674.657	Rp -	-Rp 101.674.657	1,00	-Rp 101.674.657
1	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,93	Rp 14.133.031
2	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,87	Rp 13.208.440
3	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,82	Rp 12.344.337
4	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,76	Rp 11.536.763
5	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,71	Rp 10.782.022
6	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,67	Rp 10.076.656
7	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,62	Rp 9.417.435
8	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,58	Rp 8.801.342
9	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,54	Rp 8.225.553
10	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	Rp 15.122.343	0,51	Rp 7.687.433
Total Rp							4.538.355

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.4 Internal Rate of Return (IRR)

Berikut ini disajikan tabel 15 yaitu Perhitungan *Internal Rate Of Return* (IRR) toko SmileEveryday

Tabel 15. Perhitungan *Internal Rate Of Return* (IRR)

Periode	Net Benefit e=d-c	DF 7% f	Present Value g=exf	DF 8% f	Present Value 8% g=exf
0	-Rp101.674.657	1,00	-Rp101.674.657	1,00	-Rp 101.674.657
1	Rp 15.122.343	0,93	Rp 14.133.031	0,93	Rp 14.002.170

Periode	Net Benefit	DF 7%	Present Value	DF 8%	Present Value 8%
0	e=d-c	f	g=xf		g=xf
2	Rp 15.122.343	0,87	Rp 13.208.440	0,86	Rp 12.964.972
3	Rp 15.122.343	0,82	Rp 12.344.337	0,79	Rp 12.004.604
4	Rp 15.122.343	0,76	Rp 11.536.763	0,74	Rp 11.115.374
5	Rp 15.122.343	0,71	Rp 10.782.022	0,68	Rp 10.292.013
6	Rp 15.122.343	0,67	Rp 10.076.656	0,63	Rp 9.529.641
7	Rp 15.122.343	0,62	Rp 9.417.435	0,58	Rp 8.823.742
8	Rp 15.122.343	0,58	Rp 8.801.342	0,54	Rp 8.170.132
9	Rp 15.122.343	0,54	Rp 8.225.553	0,50	Rp 7.564.937
10	Rp 15.122.343	0,51	Rp 7.687.433	0,46	Rp 7.004.571
Total			Rp 4.538.355	-Rp	202.502

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berikut ini disajikan tabel 16 yaitu Perhitungan *Internal Rate Of Return* (IRR) lanjutan toko SmileEveryday

Tabel 16. Perhitungan *Internal Rate Of Return* (IRR) (Lanjutan)

Periode	Present Value	
	g=xf	
0	-Rp	101.674.657
1	Rp	14.133.031
2	Rp	13.208.440
3	Rp	12.344.337
4	Rp	11.536.763
5	Rp	10.782.022
6	Rp	10.076.656
7	Rp	9.417.435
8	Rp	8.801.342
9	Rp	8.225.553
10	Rp	7.687.433
Total	Rp	4.538.355
IRR	8%	

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.5 Benefit Cost Ratio (BCR)

Berikut ini disajikan tabel 17 yaitu Perhitungan *Benefit Cost Ratio* (BCR) toko SmileEveryday

Tabel 17. Perhitungan *Benefit Cost Ratio* (BCR)

Periode	PWB	PWC
0	Rp -	Rp 101.674.657
1	Rp 69.981.308	Rp 55.848.277
2	Rp 65.403.092	Rp 52.194.652
3	Rp 61.124.385	Rp 48.780.048
4	Rp 57.125.593	Rp 45.588.830
5	Rp. 53.388.405	Rp 42.606.383
6	Rp. 49.895.706	Rp 39.819.050
7	RP 46.631.501	Rp 37.214.065
8	Rp 43.580.842	Rp 34.779.500
9	Rp 40.729.759	Rp 32.504.206
10	Rp 38.065.195	Rp 30.377.762

Total	Rp 525.925.786	Rp 521.387.431
BCR	1,01	

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.6 Net Benefit Cost Ratio (NBCR)

Berikut ini disajikan tabel 18 yaitu Perhitungan *Net Benefit Cost Ratio* (NBCR) toko SmileEveryday

Tabel 18. Perhitungan *Net Benefit Cost Ratio* (NBCR)

Periode	Net Benefit e=d-c	DF f	Present Value g=exf
0	-Rp101.674.657	1,00	-Rp101.674.657
1	Rp 15.122.343	0,93	Rp 14.133.031
2	Rp 15.122.343	0,87	Rp 13.208.440
3	Rp 15.122.343	0,82	Rp 12.344.337
4	Rp 15.122.343	0,76	Rp 11.536.763
5	Rp 15.122.343	0,71	Rp 10.782.022
6	Rp 15.122.343	0,67	Rp 10.076.656
7	Rp 15.122.343	0,62	Rp 9.417.435
8	Rp 15.122.343	0,58	Rp 8.801.342
9	Rp 15.122.343	0,54	Rp 8.225.553
10	Rp 15.122.343	0,51	Rp 7.687.433
Total			Rp 4.538.355
NBCR	1,04		

Sumber : Pengolahan Data, 2023

3.1.6.7 Payback Period (PBP)

Berikut ini disajikan tabel 19 yaitu Perhitungan *Payback Period* (PBP) toko SmileEveryday

Tabel 19. Perhitungan *Payback Period* (PBP)

Periode	Investasi a	Total Operasional b	Benefit c	DF 7% d	li axd	OM bxd	B cxd
0	Rp 101.674.657	Rp -	Rp -	1	Rp 101.674.657	Rp -	Rp -
1	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,93	Rp -	Rp 55.848.277	Rp 69.981.308
2	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,87	Rp -	Rp 52.194.652	Rp 65.403.092
3	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,82	Rp -	Rp 48.780.048	Rp 61.124.385
4	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,76	Rp -	Rp 45.588.830	Rp 57.125.593
5	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,71	Rp -	Rp 42.606.383	Rp 53.388.405
6	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,67	Rp -	Rp 39.819.050	Rp 49.895.706
7	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,62	Rp -	Rp 37.214.065	Rp 46.631.501
8	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,58	Rp -	Rp 34.779.500	Rp 43.580.842
9	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,54	Rp -	Rp 32.504.206	Rp 40.729.759
10	Rp -	Rp 59.757.657	Rp 74.880.000	0,51	Rp -	Rp 30.377.762	Rp 38.065.195
Total					Rp 101.674.657	Rp 419.712.774	Rp 525.925.786
PayBack Periode (PBP)					1,5	Tahun	
					17	Bulan	

Sumber : Pengolahan Data, 2023

4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, usaha clothing line yang akan didirikan dinilai layak dari berbagai aspek. Dari aspek teknis, lokasi usaha yang strategis, padat penduduk dengan target pasar yang sesuai (usia 16–27 tahun), serta penyewaan tempat yang terjangkau, menjadi faktor pendukung utama. Aspek pasar menunjukkan bahwa produk clothing line ini akan menarik minat konsumen muda dengan kualitas premium dan harga terjangkau, serta desain yang nyaman dan sesuai dengan gaya hidup mereka. Dari sisi pemasaran, usaha ini memiliki strategi persaingan yang solid dengan analisis SWOT untuk memenangkan pasar, yang akan memperkuat posisinya di tengah kompetisi. Aspek finansial juga mendukung kelayakan usaha ini, dengan nilai NPV positif sebesar Rp4.538.355, IRR 8% yang lebih tinggi dari suku bunga pasar (7%), serta BCR dan NBCR masing-masing sebesar 1,01 dan 1,04, menunjukkan bahwa proyek ini menguntungkan. Dengan BEP unit 152

dan Payback Period selama 1,5 tahun, investasi diperkirakan dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar pengelola usaha tetap fokus pada kualitas produk dan pemasaran yang tepat sasaran, serta terus memantau kondisi pasar untuk menjaga daya saing, sambil memperkuat pengelolaan finansial agar dapat mempertahankan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- [1] Delfitriani, D., & Djuanda, U. (2022). *Analisis Kelayakan Usaha Produksi Tahu Sumedang (Studi Kasus Di Pabrik Tahu XY Kecamatan Conggeang)*. May. <https://doi.org/10.30997/jah.v6i1.2681>
- [2] Ervilda H. (2022). *Analisis Kelayakan Pendirian Usaha Cafe Tubruk di Rumbai, Pekanbaru*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Riau.
- [3] Fauzi, P. M., Chumaidiyah, E., Suryana, N., Studi, P., Industri, T., Industri, F. R., Telkom, U., Korespondensi, P., & Sensitivitas, A. (2019). ANALISIS KELAYAKAN SERTA PERANCANGAN APLIKASI WEBSITE PADA STARTUP DIGITAL CREATIVE FOTOGRAFI BERDASARKAN ASPEK PASAR , ASPEK TEKNIS DAN ASPEK. 5(2), 60– 66.
- [4] Ichsan, Reza, Sinaga dkk. (2019). *BUKU STUDI KELAYAKAN BISNIS (Business Feasibility Study*. Medan. CV. Manhaji m e d a n
- [5] Adillah, S., & Isdiana Suprpti. (2021). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Ud. Tajul Anwar Jaya Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(3), 660–673. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience%0AANALISIS>
- [6] Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Ummul, A. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Minuman Daeng Fruit's di Makassar. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 42–56. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3447>
- [7] Fadli, I., & Rizka ramayanti. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada UKM Digital Printing Prabu). *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 7(2), 148–161. <https://doi.org/10.30656/jak.v7i2.2211>
- [8] Hamidah, A., Monoarfa, R., & Taruh, V. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan menggunakan Metode Process Costing pada Pabrik Tahu dan Tempe Sumber Sari Kota Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.37479/jamak.v1i2.27>
- [9] Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, & Iyus Ahmad Haris. (2017). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 573–582.
- [10] Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(2), 379–400. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1932>
- [11] Lubis, U. S., Hamidah, S., & Rini, W. D. E. (2023). Analisis Kelayakan Usaha (Studi Kasus pada UMKM Keripik" Selasih" Kab. Asahan, Sumatera Utara). *Agrisociabus*, 2(1), 18–26. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/asb/article/view/8076>
- [12] Nurfauzi, I. N., Winarni, Zulfadli, Pratiwi, D. K. N., & Ardivia, A. D. R. (2018). Analisis Studi Kelayakan Usaha

UMKM Kaldu Bubuk Kepiting “Braco.” *Sembhada*, 1(1), 165.

- [13] Ruswaji, R., & Rachmantha, Z. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Kentang Pada Ud. Vigor Rejoso Kecamatan Junrejo Kota Batu Malang. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 851. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.188>
- [14] Siti Rahmmadani, M. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 1 , No.1 , 2019, Pp: 76 - 83 HJMB, 1(1), 76–83.* <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki%0AANALISIS>
- [15] Sitti Hajerah Hasyim. (2022). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 429–436. <https://doi.org/10.26858/je3s.v3i2.116>
- [16] Lubis, F. S., Isnaini, M., Umam, H., & Nabila, S. (2023). *USAHA ERINA LAUNDRY*. 9(1), 186–196.
- [17] Mandiri, K., Dari, D., & Produksi, A. (2019). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KNOWLEDGE AND INDEPENDENT WORKS OF MSMES . REVIEWED FROM.* 1(1), 76– 83.
- [18] Number, V., Ardi, H. A., & Dermawan, D. (2022). *JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi Studi Kelayakan Usaha Grosir Ayam Ras pada Usaha Bapak Bronza Pekanbaru).* 5(1), 7–12.
- [19] Pradana, J. A., Komari, A., & Indrasari, L. D. (2020). STUDI KELAYAKAN BISNIS TELL KOPI DENGAN ANALISIS. *September*, 92–97.
- [20] Subagyo A. (2007). *BUKU STUDI KELAYAKAN : Teori dan Aplikasi*. Jakarta. PT. Alex Media Komputindo.