

Studi Kelayakan Bisnis Hijab Agniaveil Untuk Keberlanjutan Bisnis

Novita Nur Fadilah¹, Ita Wijayanti²

Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa
Surakarta

Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57154

Hp : 085765516799

E-mail: 190101174@fikom.udb.ac.id

Abstrak

Agniaveil merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion muslim khususnya produk Hijab yang berlokasi di Glayan RT006/RW004, Karangasem, Cawas, Klaten. Usaha ini kegiatan pemasarannya melalui social media seperti WhatsApp, Instagram dan Shopee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan dari rencana pengembangan usaha yang akan dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif menggunakan analisis aspek pasar dan aspek teknis, sedangkan kami menggunakan metode kuantitatif perhitungan aspek keuangan. Hasil dari penelitian ini adalah terciptanya bisnis Agnihijab yang dinilai layak ditinjau dari aspek finansial serta aspek pasar dan pemasaran dengan nilai BEP (Break Event Point) 5.108.312.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, Agnihijab, BEP.

Abstract

Agniaveil is a business engaged in Muslim fashion, especially Hijab products, located at Glayan RT006/RW004, Karangasem, Cawas, Klaten. This business is marketing activities through social media such as WhatsApp, Instagram and Shopee. The purpose of this research is to determine the feasibility of the business development plan that will be carried out. This research uses qualitative and quantitative methods. The qualitative method uses an analysis of market and technical aspects, while we use a quantitative method of calculating financial aspects. The result of this research is the creation of the Agnihijab business which is considered feasible from a financial perspective as well as market and marketing aspects with a BEP (Break Event Point) value of 5,108,312.

Keywords: Feasibility Analysis, Agnihijab, BEP..

1. Pendahuluan

Penduduk Indonesia mayoritas memeluk agama Islam dan menduduki peringkat pertama dengan jumlah sebesar 256,820,000 jiwa (Kusnandar, 2019). Hal ini tentu mempengaruhi tren fashion di Indonesia. Berkembangnya fashion muslim di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari tren hijab yang digunakan oleh perempuan muslim. Kecenderungan akan pemenuhan kebutuhan pakaian muslim dan hijab menumbuhkan budaya konsumtif dikalangan perempuan muslim. Hal ini melahirkan peluang bisnis bagi para pelaku usaha. Salah satu startup busana muslim dan hijab yang saat ini sedang berkembang adalah Agnia hijab.

Hijab adalah kewajiban setiap wanita muslim. Hal ini sering dijadikan peluang bisnis bagi sebagian orang, tak jarang hijab saat ini dijadikan sebagai trend fashion yang diminati banyak orang. Namun, bagi sebagian muslimah khususnya pemula dalam penggunaan hijab, mengenakan aksesoris hijab terkadang cukup sulit dan menyita waktu, sehingga justru merasa kurang percaya diri saat mengenakan hijab. Hal ini terkadang menghalangi wanita Muslim untuk mengenakan hijab. Selain itu, sebagian wanita muslimah juga

merasa tidak nyaman saat mengenakan hijab dengan banyak aksesoris, mereka menginginkan gaya hijab yang simple namun cantik (Winanda et al., 2021).

Dengan banyaknya penilaian positif konsumen terhadap produk Agnia Hijab, Agnia Hijab melihat peluang bisnis yang cukup besar untuk melakukan pengembangan bisnis. Usaha hijab ini adalah salah satu usaha yang memiliki kemungkinan rugi yang sangat kecil karena hijab merupakan produk yang tidak mudah rusak dan tidak bisa basi. Penyimpanan yang benar, keterampilan dalam menciptakan variasi baru, serta mengkombinasikan hijab dengan fashion yang mengikuti zaman akan membuat hijab terlihat lebih menarik (Syarofah et al., 2021). Mengenakan hijab memiliki kecocokan tersendiri jika dipadukan dengan kostum yang serasi. Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian ada sekitar 20 juta orang Indonesia yang mengenakan hijab. Oleh karena itu, industri fashion muslim tumbuh 7% per tahun, busana muslim juga dapat berkontribusi pada penerimaan negara, yaitu sekitar 50% di industri kreatif. Kesuksesan dalam bisnis busana muslim khususnya hijab memberikan peluang untuk mengembangkan ide bisnis di bidang serupa. Tentunya disertai dengan inovasi-inovasi yang berkesinambungan untuk meningkatkan penataan pasar hijab (Nsafie et al., 2022). Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka rumusan masalah yaitu bagaimana kelayakan pengembangan usaha Agnia Hijab dilihat dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah mengestimasi besarnya pasar pada pengembangan usaha Agnia Hijab, merancang aspek teknis dan operasional pada pengembangan usaha Agnia Hijab, dan mengukur kelayakan pengembangan usaha Agnia Hijab dilihat dari aspek finansial.

2. Metodologi

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis studi kelayakan usaha pada usaha hijab Agniaveil. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Batasan dalam penelitian ini yakni pada aspek produksi yang meliputi jenis produk, bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi, dan peralatan yang digunakan. Pada aspek pasar & pemasaran yang meliputi permintaan pasar, segmentasi pasar, pesaing, dan strategi pemasaran. Dan terakhir batasan dalam pendekatan penelitian pada aspek keuangan yang meliputi kebutuhan dana, sumber dana, penetapan harga jual, dan laporan laba rugi. Kemudian dilakukan tahapan pengumpulan dan pengolahan data serta analisis kelayakan usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bagaimana kelayakan dari rencana bisnis Agnia Hijab untuk dijalankan kedepannya. Dalam memulai sebuah usaha tentunya harus ada perencanaan yang baik agar usaha yang dijalankan lancar dan mampu menarik banyak pembeli. Maka dari itu perusahaan melakukan analisis dari berbagai aspek.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Peran pemasaran dalam usaha suatu sangatlah penting, sebab pemasaran akan menentukan kelanjutan usaha suatu perusahaan (Khasanah et al., 2021). Dalam strategi segmentasi pasar kami ini lebih berfokus pada konsumen dimulai dari anak-anak, remaja SMP maupun SMA, dan juga para mahasiswi. Agar dapat meningkatkan pendapatan usaha, kami melakukan penyesuaian pada pasar sasaran agar penjualan menjadi tepat sasaran. Untuk target pasar itu sendiri, usaha Agnia Hijab telah menentukan targetnya yakni menentukan hijab yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bagi peminatnya yang bernuansa kekinian. Target strategi posisi pasar kami yakni individu atau kelompok mulai dari remaja, mahasiswi maupun kaum wanita dengan menawarkan hijab yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang bersaing, terjangkau dan berkualitas. Produk-produk hijab yang kami hasilkan serta dipasarkan dibagi dalam tiga kategori, yaitu

model hijab bergo, pashmina dan segi empat dengan berbagai bahan diamond premium . Secara garis besar harga produk-produk hijab yang dijual mulai dari harga Rp15.000 hingga Rp35.000. Produk kami dijual secara offline maupun online. Secara offline di Glayan RT06/RW04, Karangasem, Cawas, Klaten. Sedangkan yang secara online kami menggunakan berbagai media sosial seperti whatsapp, instagram, maupun shopee. Strategi promosi yang kami gunakan yaitu dengan melakukan promosi dengan cara memasang iklan pada media sosial (Whatsapp, Instagram dan juga shopee) dengan penulisan caption yang jelas dan juga menarik dan menjalin kerja sama dengan kenalan atau relasi yang berada di sekitar lingkungan dan teman teman. Target kita adalah wanita usia remaja dan dewasa yang sebagian besar pengguna yang membeli barang yang beraliran muslim.

Aspek Teknis

Lokasi yang dipilih untuk menjalankan usaha hijab ini terletak di Glayan RT06/RW04, Karangasem, Cawas, Klaten. Selain menggunakan rumah produksi sebagai media promosi kami juga memanfaatkan berbagai media online seperti Whatsapp, Instagram, dan juga shopee. Kami juga menyediakan suatu wadah konsultasi untuk para konsumen yang ingin belajar mengenakan hijab dengan model yang berbeda-beda melalui media online ataupun datang langsung ke toko offline kami.

Aspek Keuangan

Hasil dari analisis aspek keuangan adalah sebagai berikut :

A. Modal Investasi (MI)

NO	Nama	Jumlah	Harga Per Unit Rp.	Total Harga Rp.	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan Per Bulan
1	Kendaraan	1 motor	1.000.000	1.000.000	36	27.778
2	Listrik	450kwh	600.000	600.000	36	23.077
3	Perkakas dan peralatan : Pita Ukur Kapur Lion Gunting Kain Cekris Jarum Pentul	1	200.000	200.000	36	5.555
4	Kain Diamon	10 Warna/	5.000.000	5.000.000	36	138.889
5	Label Brand	2 roll	150.000	150.000	36	4,167
6	Benang	1 Set	80.000	80.000	36	2.222
7	Plastik Plastik Transparan Kantong Plastik	1 Set	200.000	200.000	36	5.555
8	Mebel dan perlengkapan a. Meja dan Kursi b. Mesin Jahit c. Keranjang d. Gantungan e. Rak Hijab	1	900.000	900.000	36	25.000
Jumlah			8.130.000	8.130.000		232.243

B. Modal Kerja (MK)

NO	Biaya Tidak Tetap (BTT)	Total Harga Rp.
1	Pembelian alat tulis	200.000
2	Alat Kebersihan	100.000
Jumlah BTT		300.000

NO	Biaya Tetap (BT)	Total Harga Rp.
1	Biaya Persiapan	50.000
2	Paket Data Internet	200.000
3	Penyusutan	232.243
4	Lain-Lain	15.000
Jumlah BT		497.243

C. Perhitungan Kelayakan Usaha

A. Modal Investasi (MI)	8.130.000
B. Modal Kerja (MK) 1. Biaya Tidak Tetap (BTT) 2. Biaya Tetap (BT)	300.000 + 497.243 = 797.243
C. Modal Usaha (MUI) = MI+MK	8.130.000 + 797.243 = 8.927.243
D. Asumsi Penjualan Barang (S)	11.278.000
E. Laba Usaha = S-MK	11.278.000 – 797.243 = 10.480.757
F. Persentase = $\frac{\text{Laba usaha}}{\text{MU}} \times 100\%$	$\frac{10.480.757}{8.927.243} \times 100\% = 1, 17\%$
G. BEP (Break Event Point) = $\frac{\text{BT} \times \text{S}}{\text{S} - \text{BTT}}$	5.108.312
H. Kelayakan Usaha 1. Ditinjau Dari BEP Hasil penjualan (S)>BEP 2. (X%)> Bunga Deposito Bank + Risiko (2%+5%) Hasilnya LAYAK , untuk dijalankan	
I. ROI (Retrun Of Investation)	$\frac{\text{Laba} + \text{penyusutan}}{\text{Total investasi}} \times 100\%$ = $\frac{10.480.757}{8.130.000} \times 100\%$ = 1,29 %

<p>J. Waktu balik modal</p>	$\frac{1}{ROI}$ $= \frac{1}{1,29\%}$ $= \mathbf{7,7 \text{ Bulan}}$
-----------------------------	---

4. Kesimpulan dan Saran

Hijab adalah suatu kewajiban bagi seorang wanita muslim sebagai penutup aurat mereka, hijab juga salah satu fashion bagi kalangan wanita, untuk mempercantik dirinya. Dengan beriringnya perkembangan zaman, hijab pun ikut serta dalam perkembangan zaman dalam dunia fashion. Dari proposal usaha ini, kita dapat menyimpulkan bahwa membuka usaha penjualan hijab sangat menguntungkan, memiliki peluang yang sangat baik dalam jangka waktu yang panjang, mudah untuk dikembangkan, selain itu usaha ini juga dapat menjaring tenaga kerja untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Model hijab yang terus berubah dapat menyebabkan hijab model sebelumnya menjadi kurang diminati oleh masyarakat sehingga tingkat penjualannya pun menurun. Maka dari itu, dalam kegiatan pembelian barang dagangan harus selalu mengikuti trend terkini sehingga tidak akan terjadi penumpukan barang dagang yang belum terjual.

Daftar Pustaka

- Oktoyadi, O., & Wahyuni, S. (2019). Kelayakan Pengembangan Bisnis E-Marketplace Perjalanan Ibadah Umrah Pada PT. Sarana Transwisata Teknologi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 132–143
- Widayanto, W. (2017). Analisis Proses Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Konveksi Ryan Collection Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 24–30.
- Nana, D., & Elin, H. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 288.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>
- Khoirum, U. (2021). Perempuan Berhijab dalam Konten Hijab Profile di Portal Wolipop: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(2), 216.
<https://doi.org/10.29300/syr.v20i2.3642>
- Khasanah, A., Suprihanto, J., & Novitasari, D. (2021). Analisis Pra Kelayakan Usaha Kelompok Tenaga Kerja Mandiri “Dahlia Fashion” di Desa Bandung Kecamatan Pecalungan Kabupaten Batang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 143–157. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v1i1.xxx>
- Nsafe, E., No, V., Lestari, A. P., Lestari, A., & Izzalqurny, T. R. (2022). *Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , and Analisis Studi Kelayakan Bisnis “ SAYKRIZZ ” Keripik Sayur*. 2(1), 93–102.
- Syarofah, L. K., Chumaidiyah, E., & Tripiawan, W. (2021). Perancangan Bisnis Berbasis Website pada Usaha Hijab RAF Collection Sidoarjo. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 89–94. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3649>
- Winanda, A. P., Nurjanah, S., & Kustiningsih, N. (2021). E. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Truveil.Id Hijab and Accesories Pada Umkm. *Economics and Sustainable Development*, 6(2), 51. <https://doi.org/10.54980/esd.v6i2.158>

