

Studi Kelayakan Bisnis Distributor Furniture “SAESAESTU” Pada PT Karya Muda Melangit

Adelya Ardhana, Berlian Eva Yoruna, Nur Khayati, Indra Hastuti

S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta 57135

Telp. 0858-0991-3187

E-mail: adelyaardhana30@gmail.com

Abstrak

Perkembangan bisnis furniture di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Seiring berkembangnya pasar properti, perumahan, dan desain interior, permintaan akan produk furniture terus meningkat dalam menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam, dengan ini PT Karya Muda Melangit, dengan merek "SAESAESTU", menghadirkan produk furniture berkualitas tinggi yang menggabungkan desain modern dan fungsionalitas untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, perkantoran, dan proyek komersial. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan usaha distributor furniture "SAESAESTU" menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, analisis data dan analisis SWOT yang kemudian diolah menggunakan perhitungan Break Event Point (BEP) dan Return Of Investations (ROI). Hasil dari studi kasus ini menunjukkan bahwa usaha Distributor Furniture Saesaestu layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Furniture, Kelayakan, Bisnis, Produk, Distributor

Abstract

The development of the furniture business in Indonesia has increased rapidly in recent years. As the property, housing and interior design markets develop, demand for furniture products continues to increase in offering various products to meet increasingly diverse market needs, with this PT Karya Muda Melangit, with the brand "SAESAESTU", presents high quality furniture products that combine design. modern and functional to meet the needs of households, offices and commercial projects. This research aims to assess the feasibility of the "SAESAESTU" furniture distributor business using qualitative methods with interview, observations, data analysis, and SWOT analysis which are then processed using Break Event Point (BEP) and Return Of Investments (ROI) calculations. The results of this case study show that the Saesaestu Furniture Distributor business is feasible to run.

Keywords: Furniture, Feasibility, Business, Products, Distributors

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis furniture di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Seiring berkembangnya pasar properti, perumahan, dan desain interior, permintaan akan produk furniture terus meningkat dalam menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Banyaknya desain rumah yang kekinian menjadikan furniture sebagai pilihan untuk mengisi furniture di dalam rumah. Di dunia perkantoran furniture juga menjadi pilihan untuk pelengkap atau penunjang operasional kantor. Dalam menjalankan bisnis tersebut dibutuhkan individual-individual yang memiliki kreatifitas tinggi dalam menghadirkan

inovasi-inovasi serta melakukan pembaharuan dalam proses produksinya mengikuti perkembangan zaman.

Furniture adalah barang-barang yang digunakan untuk keperluan rumah tangga, kantor atau produk komersial yang berbahan kayu dan perpaduan bahan penunjang lainnya. Furniture adalah istilah yang digunakan untuk perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuatu dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di permukaannya. Misalnya furniture sebagai tempat penyimpanan biasanya dilengkapi dengan pintu, laci dan rak, contoh lemari pakaian, lemari buku dan lain lain. Furniture dapat terbuat dari kayu, bambu, logam, plastik dan lain sebagainya. Adanya distributor furniture pada bisnis ini menjadikan industri dalam negeri meningkat karena barang/produk yang distribusikan kepada konsumen didapatkan dari kerjasama produsen furniture yang ada di Indonesia. Jenis bahan yang digunakan diantaranya kayu, rotan dan bahan baku alami lainnya yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi untuk memberikan design interior maupun eksterior yang unik dan kreatif serta nilai-nilai artistik yang memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas.

Analisis study kelayakan bisnis pada distributor furniture ini digunakan untuk mengetahui kelayakan pada bisnis tersebut. Standar penilaian dapat dilihat dari SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) serta kalkulasi dari proyeksi keuangannya. Dalam perhitungan kelayakan bisnis terdapat rumus-rumus yang diformulasikan untuk menghitung dari awal modal usaha tersebut hingga hasil akhir ditentukannya layak atau tidak dengan menggunakan beberapa metode seperti presentase X% laba, BEP, ROI hingga perhitungan balik modal. Penentuan modal awal yang terlalu besar dengan prosentase laba yang tidak sesuai dapat mengakibatkan bisnis tidak dapat dikatakan layak. Maka dari itu diperlukan analisis study kelayakan bisnis untuk mengurangi atau meminimalisasi adanya kerugian pada bisnis yang akan dijalankan.

1.2 Tinjauan pustaka

Kata "furniture" diterjemahkan ke dalam furniture dalam bahasa Inggris, dan istilah "furniture" digunakan sebagai produk massal karena sifat gerakan atau mobilitasnya. Kata "furnitur" berasal dari diskusi tentang Prancis, yaitu furnitur atau mobil Jerman. Definisi furnitur secara umum terletak pada kenyataan bahwa hal-hal yang dapat ditransfer dapat digunakan dan berguna bagi kehidupan manusia: mulai dari duduk, tidur, bekerja, makan, bermain, dll, memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengguna (Octavian & Afrizal, 2019). Sedangkan menurut Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) furniture/mebel adalah perabot yang diperlukan, berguna, atau disukai, seperti barang atau benda yang dapat dipindah-pindah, digunakan, untuk melengkapi rumah, kantor, dan sebagainya. Studi kelayakan usaha adalah suatu kegiatan untuk menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan dengan mempelajari secara mendalam usaha atau bisnis yang sedang dijalankan (Kasmir & Jakfar, 2020).

Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai penelitian tentang akan didirikan atau perluasan suatu proyek guna mengetahui apakah layak atau tidaknya proyek tersebut dilaksanakan atau menguntungkan. Studi kelayakan bisnis bila dilakukan secara profesional akan dapat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Menurut para ahli, studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang bertujuan untuk mengukur kelayakan suatu peluang bisnis:

- a. Sunyoto (2014) Studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun dan dioperasikan secara rutin.
- b. Husein Umar (2005) Studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun dan dioperasikan secara rutin.
- c. Drs. H. M Yacob Ibrahim, Studi kelayakan bisnis adalah bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menerima atau menolak gagasan usaha atau proyek

Pengertian selanjutnya study kelayakan (Feasibility study) adalah kegiatan yang dalam praktiknya menelaah suatu usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dijalankan berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuan dan target (Sobana, 2018). Adapun usulan proyek usaha disebut dengan subject matters atau objek, usulan proyek ini akan diteliti, diselidiki dan juga dikaji dari berbagai aspek, apakah usaha tersebut memenuhi syarat atau tidak. Sederhanya kelayakan bisnis merupakan penelitian tentang suatu usaha dapat atau tidak berhasil jika dilaksanakan. Studi kelayakan merupakan bentuk penelitian terhadap ide bisnis untuk direalisasikan jika layak dan tidak direalisasikan jika tidak layak. (Nurul & Warana, 2017). Salah satu aspek untuk menentukan kelayakan usaha salah satunya adalah aspek finansial. R/C Ratio menurut Suratiyah (2005) (dalam Asnidar & Asrida, 2017) merupakan perhitungan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya.

Dalam mengukur study kelayakan bisnis tentunya juga harus terdapat SWOT yang ada pada perusahaan. SWOT singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Analisis SWOT dapat diterapkan pada berbagai situasi, termasuk produk individual, seluruh organisasi, atau seluruh industri (Lestari dan Yunita, 2020).

SWOT merupakan singkatan dari kombinasi empat faktor yang terdiri dari:

- 1) Strengths (Kekuatan): Keunggulan atau aset internal yang dimiliki oleh organisasi, yang dapat memberikan keuntungan kompetitif.
- 2) Weaknesses (Kelemahan): Keterbatasan atau kelemahan internal yang dapat menghambat kinerja atau pertumbuhan organisasi.
- 3) Opportunities (Peluang): Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk menciptakan peluang baru atau menguntungkan.
- 4) Threats (Ancaman): Faktor eksternal yang dapat menyebabkan masalah atau ancaman terhadap kesuksesan atau kelangsungan organisasi.

SWOT adalah alat yang berharga untuk organisasi dari semua ukuran dan industri. Memberikan pendekatan terstruktur untuk mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, ini dapat membantu organisasi membuat keputusan berdasarkan informasi tentang masa depan mereka dan mencapai tujuan perusahaan.

Analisis SWOT dipengaruhi oleh berbagai faktor yang harus dipertimbangkan dalam proses evaluasi. Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi analisis SWOT:

- 1) Faktor Internal:
 - a) Kekuatan (Strengths): Aspek positif internal yang memberikan keunggulan kompetitif kepada organisasi, seperti keahlian khusus, sumber daya yang kuat, kualitas produk atau layanan yang unggul, dan reputasi yang baik.
 - b) Kelemahan (Weaknesses): Aspek negatif internal yang menjadi keterbatasan atau hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi, seperti keterbatasan keuangan, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, kurangnya infrastruktur yang memadai, atau masalah manajemen internal.
- 2) Faktor Eksternal:
 - a) Peluang (Opportunities): Faktor-faktor positif di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk menciptakan peluang pertumbuhan atau keunggulan kompetitif baru, seperti perubahan tren pasar, perluasan pasar baru, teknologi baru, atau perubahan regulasi pemerintah yang menguntungkan.
 - b) Ancaman (Threats): Faktor-faktor negatif di lingkungan eksternal yang dapat menjadi hambatan atau ancaman terhadap kinerja atau kelangsungan organisasi, seperti persaingan yang intens, perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan, perubahan preferensi konsumen, atau risiko ekonomi.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumen. Metode ini dipilih untuk memperoleh data yang mendalam mengenai kondisi usaha distributor furniture dengan merek “SAESAESTU” yang beralamat di Jl. Raya Furniture No. 123, Solo. Tahapan penelitian meliputi:

1. Pengumpulan Data:

1. **Wawancara:** Dilakukan dengan pihak manajemen PT Karya Muda Melangit, karyawan, serta pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai operasional usaha, kepuasan pelanggan, dan persepsi pasar.
2. **Observasi:** Mengamati secara langsung aktivitas distribusi dan proses kerja di lapangan.
2. **Analisis Data:** Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara sistematis kondisi nyata usaha distributor furniture ini. Analisis dilakukan berdasarkan lima aspek utama kelayakan bisnis yaitu Aspek ekonomi dan budaya, Aspek pasar dan pemasaran, Aspek manajemen, Aspek keuangan, Aspek legalitas atau hukum.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Deskripsi Umum Perusahaan

PT. Karya Muda Melangit adalah perusahaan distribusi furniture yang mengusung merk Saesaestu, menawarkan produk berkualitas dengan desain modern dan fungsional untuk rumah tangga, perkantoran, maupun proyek komersial. Kami berkomitmen untuk menyediakan furniture berkualitas dengan harga yang terjangkau dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Dengan jaringan distribusi yang luas dan layanan online, Saesaestu akan merambah pasar di Indonesia dan menjadi furniture pilihan dengan target segala sektor ekonomi. Kami mengutamakan kepuasan pelanggan melalui produk berkualitas, layanan yang responsive, pengiriman tepat waktu dan kemudahan pembelian dengan toko offline maupun online. Dengan visi untuk menjadi merk terkemuka di Indonesia, PT. Karya Muda Melangit berfokus pada inovasi, keberlanjutan, dan layanan terbaik dalam setiap tahap produksi dan distribusi.

a. Visi, Misi, Dan Tujuan Perusahaan

Visi :

Menjadi merk furniture andalan di Indonesia yang dikenal dengan produk berkualitas, desain inovatif, serta pelayanan pelanggan yang profesional dan terpercaya di tahun 2030

Misi :

1. Menyediakan berbagai jenis furniture dengan desain yang modern, fungsional, dan terjangkau.
2. Menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan terbaik dan proses produksi yang terstandarisasi.
3. Memberikan layanan pelanggan yang responsif dan cepat, termasuk pengiriman tepat waktu dan dukungan purna jual yang memadai.
4. Menjalinkan hubungan kemitraan yang kuat dengan produsen, perancang interior, dan pengecer untuk memperluas jaringan distribusi.

Tujuan :

1. Menjadi distributor furniture yang paling banyak dipilih oleh konsumen rumah tangga, perkantoran, dan proyek komersial.
2. Mengembangkan jangkauan distribusi produk Saesaestu ke seluruh wilayah Indonesia.
3. Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menyediakan produk berkualitas dan layanan yang memuaskan.

4. Mengedepankan prinsip keberlanjutan dalam setiap proses bisnis kami, mulai dari bahan baku hingga distribusi.
- c. Analisis SWOT Perusahaan
1. Strength (kekuatan)
 - b) Saesaestu dapat menawarkan furniture dengan kualitas tinggi, desain yang menarik, dan bahan-bahan yang tahan lama.
 - c) Fokus pada desain yang modern, dan sesuai dengan tren terbaru.
 - d) Memberikan pengalaman pelanggan yang baik, mulai dari pelayanan yang responsive, pendampingan pemilihan produk hingga pengiriman dan instalasi.
 - e) Saesaestu dapat lebih fleksibel dengan kebutuhan pasar dan menawarkan produk sesuai permintaan pelanggan.
 2. Weakness (Kelemahan)
 - a) Saesaestu belum memiliki pengenalan merek yang kuat di pasar.
 - b) Jaringan distribusi dan toko masih terbatas, menyulitkan akses konsumen ke produk.
 - c) Konsumen cenderung ragu membeli dari merek baru karena kurangnya jaminan kualitas atau pengalaman, yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.
 3. Opportunities (peluang)
 - a) Harga terjangkau dan memiliki kualitas produk yang baik.
 - b) Memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pasar.
 - c) Peningkatan pembangunan perumahan dan proyek-proyek komersial memberikan peluang untuk memasok furniture dalam jumlah besar.
 4. Threats (ancaman)
 - a) Banyaknya industri furniture bermerk besar yang sudah mapan.
 - b) Harga bahan baku yang tidak stabil dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual produk.
 - c) Persaingan kualitas dan harga yang ditawarkan dari produk pesaing.

3.2 Keuangan

Distributor furniture PT. Karya Muda Melangit merupakan pelaku bisnis baru, maka dari itu pengadaan rencana keuangan untuk menjalankan bisnis tersebut perlu dihitung untuk mengetahui perusahaan tersebut layak atau tidak dijalankan. Dari analisis data yang peneliti lakukan, didapatkan hasil rencana keuangan yang selanjutnya dapat dihitung kelayakan bisnisnya.

No	Nama	Qty	Harga per Unit	Total Harga	Umur Ekonomis (bulan)	Penyusutan per Bulan
1.	Legalitas	1	30.000.000	30.000.000	0	0
2.	Perkakas dan Peralatan	1	30.000.000	120.000.000	48	2.500.000
3.	Renovasi dan tata ruang	1	20.000.000	100.000.000	48	2.083.333
4.	Kendaraan angkut	3	50.000.000	150.000.000	48	3.125.000
			130.000.000	400.000.000		7.708.333

a. Modal kerja

1. Biaya tidak tetap

- | | |
|---------------------------------|-------------|
| a) Pembelian Stok barang dagang | 500.000.000 |
| b) Biaya pemasaran/iklan | 100.000.000 |

c) Perlengkapan	500.000
Jumlah BTT	600.500.000
2. Biaya Tetap	
a) Beban gaji (per-bulan)	50.000.000
b) Sewa tempat usaha (per-bulan)	10.000.000
c) Biaya transportasi (per bulan)	2.000.000
d) Tagihan listrik dan air (per-bulan)	4.000.000
e) Penyusutan (per-bulan)	7.708.333
f) Lain-lain (umum)	200.000
Jumlah BT	73.908.333
Jumlah modal kerja (MK)	674.408.333

b. Perhitungan kelayakan usaha, BEP dan ROI

- a. Modal investasi (MI) 400.000.000
- b. Modal kerja (MK)
 - 1) Biaya tidak tetap (BTT) 600.500.000
 - 2) Biaya tetap (BT) 73.908.333
- c. Modal usaha (MU) = MI + MK 1.074.408.333
- d. Asumsi penjualan barang (S) 850.000.000
- e. Laba usaha : S – MK 175.591.667

$$\text{Presentase (X\%)} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{MU}} \times 100\% = \frac{175.591.667}{1.074.408.333} \times 100\% = 16,34\%$$

$$\text{f. BEP} = \frac{BT \times S}{S - BTT} \Rightarrow \frac{850.000.000 \times 73.908.333}{850.000.000 - 600.500.000} = 251.791.916,032$$

- g. Kelayakan usaha
 - 1) Ditinjau dari BEP
Hasil penjualan (S) > BEP
 - 2) (X%) > bunga deposito Bank + resiko (2% + 5%)
Hasilnya **LAYAK**, untuk dijalankan

h. ROI (Return of Investation)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba} + \text{penyusutan}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% = \frac{175.591.667 + 7.708.333}{400.000.000} \times 100\% = 45\%$$

i. Waktu balik modal = $\frac{1}{\text{ROI}} = 2,22 \text{ tahun}$

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha distributor furniture dengan merek “SAESAESTU” pada PT Karya Muda Melangit dinyatakan layak untuk dijalankan. Hal ini didukung oleh;

- a) BEP = 251.791.916,032 dan penjualan yang tercapai 850.000.000 > BEP, menunjukan bahwa Perusahaan telah melewati titik impas serta menghasilkan keuntungan.
- b) ROI 45%, jauh lebih tinggi daripada 7% (bunga deposito bank + risiko) menunjukan bahwa investasi ini sangat menguntungkan
- c) Waktu balik modal 2,22 tahun yang berarti modal diinvestasikan akan Kembali dalam waktu sekitar 2,22 tahun, menunjukan investasi yang sangat efisien

Dengan demikian, usaha ini layak untuk dijalankan, mengingat pengembalian yang tinggi, periode balik modal yang cepat dan keuntungan yang lebih besar daripada titik impas

Daftar Pustaka

- Aditama, R. A., & Sos, S. (2020). *Pengantar Bisnis: Dilengkapi dengan Studi Kelayakan Bisnis*. AE Publishing.
- Adnyana, I. M. (2020). Buku: Studi Kelayakan Bisnis.
- Alica Raeburn (2024) Analisis SWOT : Arti dan cara menggunakannya (beserta contoh). Akses online 7 Januari 2025, URL <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341-352.
- Amran, T. G., Sari, E., & Moeli, T. F. (2023, August). Sustainability index measurement for furniture manufacture strategy. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 2485, No. 1). AIP Publishing.
- Kumar, S., Groth, A., and Vlacic, L., 2021, An Analytical Index for Evaluating Manufacturing Cost and Performance Of Low-Pressure Hollowfibre Membrane Systems, *Journal Elsevier*, Vol. 332 pp. 44–51.
- Mapatoba, K. M. Nalisis Pendapatan USAha Kursi Rotan pada UKM Meubel Sumber Rotan Tohiti di Kota Palu (Doctoral dissertation, Tadulako University).
- Mulyono, G., & Cristy, J. C. (2023). *The Role of Interior Product Designers in Improving the Welfare of Craft and Furniture Artisans After Pandemic* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235.
- Rifka, Y. N., & Hastuti, I. (2023, June). Studi Kelayakan Bisnis Minuman Jus't Fruit. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 3, No. 1, pp. 673-673).
- Wahyuni, W., Fatih, M. L., Hsb, R. M. S., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis dalam aspek produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 126-134.
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(1), 22-28.