

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PENDIRIAN *HOME INDUSTRY ZAHELSAFF HIJAB & FASHION*

Sandra Lista Wati¹, Elma Nur Farida², Soesilawati Soema Atmadja³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, STIE Mahardhika, Surabaya

e-mail: listasandra7@gmail.com¹, elmafarida6@gmail.com², atiekatma@gmail.com³

ABSTRAK

Home Industry "Zahelsaff Hijab & Fashion" merupakan usaha yang didirikan oleh mahasiswa perguruan tinggi STIE Mahardhika Surabaya pada bulan oktober dengan pinjaman modal sepenuhnya dari kampus, home industry ini pendiriannya dilatar belakangi oleh Program Kewirausahaan Mahasiswa. Produk yang dijual yakni berbagai macam hijab dan aksesoris baik yang diproduksi sendiri atau dari supplier. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan bisnis dalam pendirian home industry "Zahelsaff Hijab & Fashion" yang beralamatkan di RT 001/RW 001, Dusun Sumberan, Desa Randegan, Kec. Dawarblandong, Kab. Mojokerto. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2020 dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk diteruskan meskipun pada aspek produksinya belum maksimal karena masih dalam tahap perintisan sehingga teknologi yang digunakan masih belum memadai. Namun pada aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa selama satu bulan, permintaan akan produk setiap minggunya mengalami kenaikan, selain itu proses pemasaran telah menggunakan berbagai aplikasi media sosial untuk memperluas cakupan pemasaran produk dan untuk meminimalisir biaya pemasaran. Sedangkan pada aspek keuangannya, menunjukkan bahwa modal yang dibutuhkan sebesar Rp 2.666.000,00 dan modal tersebut diperoleh dari pinjaman. Untuk laba bersih bulan Oktober sebesar Rp 702.000,00.

Kata kunci : Home Industry, Studi Kelayakan Bisnis, Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

ABSTRACT

Home Industry "Zahelsaff Hijab & Fashion" is an effort established by students of College of College in STIE Mahardhika Surabaya in October with a fully capital loan from the campus, this home industry its establishment is motivated by the student entrepreneurship program. The products sold are various kinds of hijab and accessories both produced alone or from suppliers. This study aims to determine the level of business feasibility in the establishment of Home Industry "Zahelsaff Hijab & Fashion" which is addressed in RT 001/RW 001, Dusun Sumbaran, Desa Randegan, Kec. Dawarblandong, Kab. Mojokerto. This research was conducted in November 2020 using a qualitative descriptive method and data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results

in this study indicate that this effort is feasible for damage even though the production aspects are not optimal because they are still in the pioneering stage so that the technology used is still inadequate. But on market aspects and marketing shows that for one month, the demand for products every week has increased, in addition to the marketing process has used various social media applications to expand product marketing coverage and to minimize marketing costs. Whereas in the financial aspects, it shows that the required capital of Rp 2,666,000.00 and the capital is obtained from a loan. For October's net income of Rp. 702,000.00.

Keywords: Home Industry, Business Feasibility Study, Aspects of Business Feasibility Studies

PENDAHULUAN

Dalam berbisnis, semua pengusaha harus memperhitungkan untung dan ruginya yang tidak hanya bergantung pada modal uang, tetapi juga pada sumber daya manusia, profesionalitas dan proporsionalitasnya, semua faktor yang mendukung terlaksananya sebuah bisnis, reputasi, rekanan usaha, dan pengalaman dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, hal tersebut menghasilkan suatu pandangan dan kesimpulan mengenai layakannya usaha tersebut dilaksanakan. Situasi dan kondisi bangsa dan negara, baik secara politik maupun sosial-budaya sangat memengaruhi kondisi ekonomi. Terombang-ambingnya situasi pasar dapat mengakibatkan usaha merugi apabila sebelumnya tidak dilakukan analisis terhadap kelayakan usaha yang akan didirikan.

Afiah Abidatul, dkk (2015) dalam penelitiannya menguraikan bahwa secara alamiah, proses pembangunan ekonomi di setiap negara menimbulkan kesempatan yang besar bagi seluruh kegiatan ekonomi, termasuk industri dari berbagai skala usaha, mulai dari skala kecil, menengah, maupun usaha skala besar. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam memberikan kontribusi bagi perekonomian dalam suatu negara. Usaha Kecil Menengah (UKM) juga berperan penting di negara berkembang terutama dalam hal penanggulangan tingkat kemiskinan, jumlah pengangguran, distribusi pendapatan dan penyerapan tenaga kerja.

Gunawati Utami, dkk (2017) mengungkapkan bahwa perkembangan setiap orang untuk berwirausaha menunjukkan peningkatan yang sangat drastis. Baik itu yang bersifat produk ataupun jasa. Tidak sedikit dari pelaku usaha tersebut yang masih sulit berkembang dikarenakan perencanaan manajemen pengelolaan yang kurang jelas dan tersusun dengan baik dari para pelaku usaha tersebut, maka diperlukan suatu perencanaan manajemen pengelolaan yang jelas dan tersusun dengan baik agar dapat mengembangkan usaha yang dijalankan tersebut.

Fitriani Irna Novia, dkk (2018) dalam penelitiannya tentang studi kelayakan bisnis telah mengkaji bahwa terdapat aspek internal dan aspek eksternal yang harus dikaji dalam penentuan layak atau tidaknya suatu usaha. Dari segi aspek internal yaitu diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasi, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek sumber daya manusia. Selanjutnya untuk aspek

eksternal diantaranya yaitu aspek ekonomi, aspek social dan budaya serta yang terakhir yaitu aspek politik.

Yacob Ibrahim (1998) menguraikan bahwa dalam menyusun studi kelayakan dilakukan penilaian dari beberapa aspek, seperti aspek marketing (pemasaran), aspek teknis produksi, aspek manajemen, aspek lingkungan, dan aspek keuangan.

Siswanto Sutojo (2000) mengemukakan bahwa fokus utama studi kelayakan bisnis terpusat pada empat macam aspek berikut: pasar dan pemasaran barang dan jasa yang akan dihasilkan proyek/gagasan usaha, produksi, teknis, dan teknologis, manajemen dan sumber daya manusia, keuangan dan ekonomi.

Banyak peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh semua masyarakat pada saat ini diantaranya adalah bisnis disektor kuliner, fashion, pariwisata dan lainnya. Salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat ditengah masyarakat dari anak muda hingga orang tua adalah bisnis fashion muslim yaitu salah satunya adalah hijab. Menurut Setiawan (2009), meskipun memiliki model yang berbeda, hijab sendiri mempunyai fungsi sebagai sebuah pilihan identitas dan kebebasan berekspresi bagi perempuan muslim zaman sekarang.

Pada saat ini Hijab menjadi hal yang cukup populer dikalangan perempuan di Indonesia karena hijab mempunyai banyak model dan motif yang kekinian serta dapat menunjang penampilan para perempuan muslim. Mereka tidak perlu khawatir terlihat kuno saat memakai hijab karena sekarang banyak para selebritis yang mengenakan hijab dengan gaya mereka masing-masing. Selain itu, ada beberapa faktor yang membuat hijab semakin populer dikalangan anak-anak hingga dewasa yakni kemudahan mereka dalam mengakses sosial media karena hal itu masyarakat lebih mudah terpengaruh dengan iklan-iklan yang muncul baik televisi, instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya. Adanya e-commerce seperti shopee, lazada, dan bukalapak juga memudahkan mereka untuk menemukan model hijab terkini.

Zahelsaff Hijab and Fashion merupakan home industry yang bergerak di sektor fashion muslim yang mempunyai motto usaha "Look Elegant And Attractive With Zahelsaff H&F". Home industry "Zahelsaff Hijab & Fashion" berdiri pada bulan Oktober 2020 dan berlokasi di RT 001/RW 001, Dusun Sumberan, Desa Randegan, Kec. Dawarblandong, Kab. Mojokerto (Sebelah barat pasar Randegan). Pendirian home industry Zahelsaff Hijab & Fashion di latar belakang oleh kegiatan PKM (Program Kewirausahaan Mahasiswa) STIE Mahardhika Surabaya. Produk yang ditawarkan adalah berbagai model hijab dan aksesorisnya baik yang diproduksi sendiri atau mengambil dari supplier. Produk yang diunggulkan dari Zahelsaff Hijab & Fashion adalah produk hijab dengan motif tie dye karena hijab ini diproduksi secara langsung oleh home industry ini. Konsep produk yang ditawarkan Zahelsaff Hijab and Fashion adalah sebuah hijab yang simple dan modern, konsep tersebut dibawa untuk memenuhi kebutuhan muslimah yang ingin terlihat modern dan trendy namun anti ribet. Target pasar Zahelsaff Hijab and Fashion adalah semua kalangan wanita muslim dari anak-anak hingga dewasa.

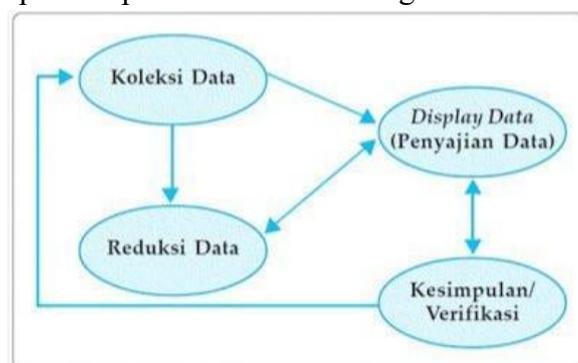
Zahelsaff Hijab and Fashion memasarkan produknya secara online menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp dan platform e-commerce Shopee yang sedang banyak peminatnya. Zahelsaff Hijab and Fashion dalam usahanya masih terus menerus melakukan inovasi dan pengembangan ide mengingat usaha ini masih dalam tahap

perintisan. Pendirian usaha ini diharapkan dapat lebih menarik minat wanita muslimah dalam menggunakan hijab, sehingga mampu meningkatkan penghasilan serta laba usaha dengan produk yang lebih bervariasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis pada home industry Zahelsaff Hijab & Fashion. Metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggambarkan kondisi dan aktivitas operasional home industry Zahelsaff Hijab & Fashion yang berlokasi di RT 001/RW 001, Dusun Sumberan, Desa Randegan, Kec. Dawarblandong, Kab. Mojokerto (Sebelah barat pasar Randegan). Adapun batasan dalam pendekatan penelitian ini adalah pada aspek produksi yang meliputi jenis produk, bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi, peralatan yang digunakan, proses produksi, dan kualitas produk. Pada aspek pasar & pemasaran yang meliputi permintaan pasar, segmentasi pasar, pesaing, dan bauran pemasaran. Dan terakhir batasan dalam pendekatan penelitian pada aspek keuangan yang meliputi kebutuhan dana, sumber dana, penetapan harga jual, dan laporan laba rugi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung melalui kegiatan observasi dan wawancara. Serta sumber data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi home industry Zahelsaff Hijab & Fashion yang berupa catatan dan gambar.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan penyerderhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan. Setelah itu tahap penyajian data, data kualitatif biasanya menggunakan penyajian data dalam bentuk naratif. Dan untuk tahapan terakhir yaitu penarikan kesimpulan, data yang diolah disimpulkan dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami pembaca. Berikut ini gambaran tahap analisis data :



Gambar 1. Struktur Analisis Data

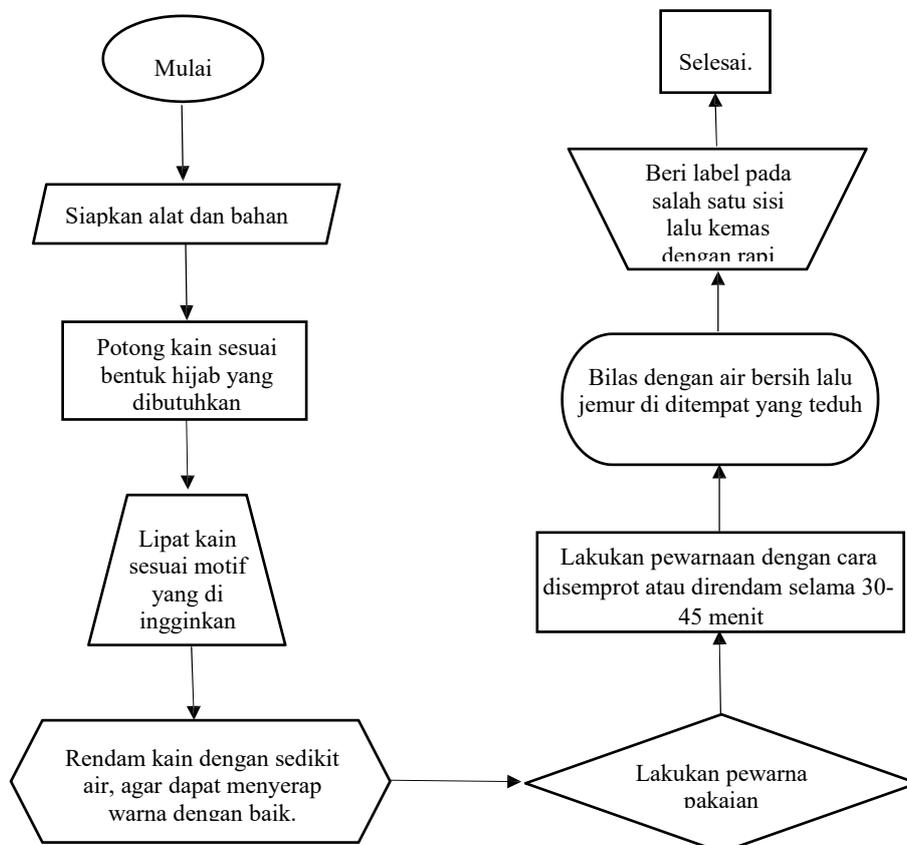
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Aspek Produksi

Zahelsaff Hijab & Fashion menjual berbagai macam hijab dan aksesorisnya seperti hijab segiempat, hijab pashmina, hijab bergo, scrunchie, dan konektor masker. Produk tersebut ada yang diproduksi sendiri dan ada yang mengambil dari supplier. Zahelsaff Hijab & Fashion sangat mengutamakan kenyamanan pemakaian produk. Mereka menjual hijab yang simpel namun tetap terlihat anggun saat dikenakan, sesuai dengan motto dari usaha mereka yakni Look Elegant and Attractive With Zahelsaff H&F.

Produk yang diproduksi secara langsung oleh home industry Zahelsaff Hijab & Fashion yaitu produk hijab dengan motif tie dye atau bauran warna. Bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat hijab tie dye yakni kain dan untuk bahan tambahannya antara lain pewarna khusus tie dye, benang, label produk, dan fixative. Untuk bahan penolong yang digunakan dalam proses produk yaitu sarung tangan karet dan plastik klip ziplock. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi hijab tie dye antara lain: penjahit mini, penjepit pakaian, gunting kain, botol spray, dan baskom stainless. Proses produksi hijab tie dye yang dilakukan Zahelsaff masih tergolong sederhana dan secara manual karena dalam proses pengeringan masih menggunakan tenaga surya. Home industry ini baru saja didirikan dan masih dalam proses perintisan sehingga kapasitas produk yang dihasilkan masih sedikit.

Berikut ini proses produksi hijab tie dye pada Zahelsaff Hijab & Fashion :



Gambar 2. Flowchart Proses Produksi Hijab Tie Dye

Dalam proses produksi hijab tie dye, langkah pertama yaitu menyiapkan alat serta bahan yang dibutuhkan, memotong kain sesuai bentuk yang dibutuhkan, lipat kain sesuai motif yang diinginkan, rendam kain didalam air karena dalam keadaan basah atau setengah basah kain dapat menyerap warna dengan lebih baik, racik larutan pewarna didalam mangkok, kemudian proses pewarnaan, dalam proses pewarnaan ada dua cara yakni disemprot atau dicelup, setelah proses pewarnaan bilas kain dengan air dingin kemudian keringkan dengan cara dijemur. Jemur kain ditempat yang teduh atau tidak terlalu tersorot matahari langsung. Proses penjemuran membutuhkan waktu yang lumayan lama, setelah proses penjemuran dilanjutkan dengan penjahitan label, kemudian masuk dalam proses pengemasan, produk hijab dikemas dengan menggunakan plastik klip ziplock.



Gambar 3. Label Merek

Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Aspek Pasar Dan Pemasaran

Untuk menganalisis aspek pemasaran, seorang wirausahawan harus melakukan penelitian pemasaran dengan menggunakan sistem informasi pemasaran yang memadai berdasarkan analisis dan prediksi apakah bisnis yang akan dirintis atau dikembangkan memiliki peluang pasar yang memadai atau tidak. Dalam analisis pasar, terdapat beberapa komponen yang harus dianalisis dan dicermati, yaitu sebagai berikut:

1. Permintaan Pasar

Permintaan produk Zahelsaff Hijab & Fashion setiap minggunya tidak menentu, terkadang mengalami kenaikan, terkadang juga mengalami penurunan.

Tabel 1. Proyeksi permintaan produk hijab dan aksesoris pada “Zahelsaff Hijab Dan Fashion” selama bulan Oktober

Minggu	Permintaan (Pcs)				
	hijab tie dye	Pashmina tie dye	Bergo	Scrunchie	Konektor masker
1	4	5	4	4	6
2	6	5	3	7	8
3	7	6	6	5	9
4	7	8	8	9	7

2. Segmentasi Pasar

- a. Pada segmentasi geografinya, Zahelsaff Hijab & Fashion menerapkan segmentasi pasar yang meliputi seluruh wilayah di Indonesia khususnya Jawa Timur.
- b. Pada segmentasi demografinya, Zahelsaff Hijab & Fashion menerapkan segmentasi pasar yang meliputi usia, jenis kelamin, dan penghasilan. Hal ini dikarenakan dalam sasaran pembelinya yaitu perempuan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Selain itu, harga yang ditawarkan oleh home industry Zahelsaff Hijab & Fashion sangat terjangkau sehingga dapat di beli oleh masyarakat kalangan bawah hingga kalangan atas.

3. Pesaing

Pesaing home industry Zahelsaff Hijab & Fashion sangat banyak, karena mudahnya menjalankan bisnis dalam bidang fashion hijab ini. Bahkan toko-toko yang menjual hijab baik secara offline maupun online sudah sangat menjamur dikalangan masyarakat. Sehingga menuntut home industry ini untuk lebih kreatif lagi dalam menjual produknya agar bisa bersaing dengan produk-produk hijab lainnya di pasaran.

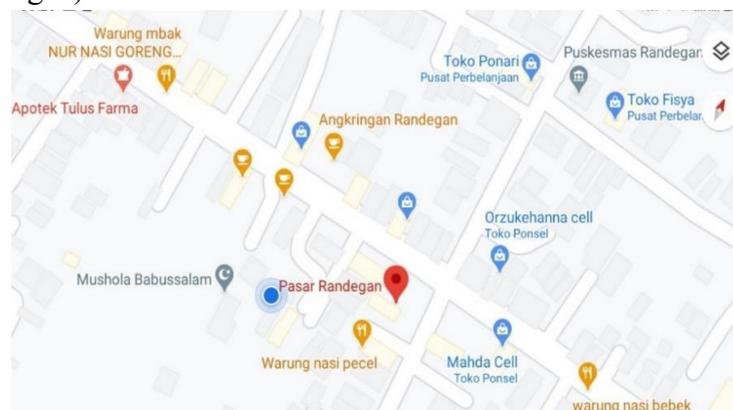
4. Bauran Pemasaran

a. Price (Harga)

Zahelsaff Hijab & Fashion menetapkan harga sesuai dengan ukuran jilbab, kualitas bahan, dan kerumitan pembuatan serta dengan perhitungan tertentu secara baku berdasarkan setiap pengeluaran dalam pembelian bahan baku dan proses produksi. Harga yang ditetapkan oleh setiap produk bermacam-macam yaitu berkisar antara Rp. 5.000,00 – Rp. 50.000,00. Untuk hijab pashmina tie dye harga jualnya Rp. 45.000,00 sedangkan hijab segiempat tie dye dijual dengan harga Rp. 30.000,00. Agar konsumen atau pembeli tertarik membeli produknya, maka home industry ini akan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang tidak akan mengecewakan konsumennya.

b. Place (Tempat)

Zahelsaff Hijab & Fashion hanya memasarkan produknya secara online melalui Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Shopee. Untuk tempat produksinya berada di RT/RW 001/001, Dsn. Sumberan, Ds. Randegan, Kec. Dawarblandong, Kab. Mojokerto (Sebelah Barat Pasar Randegan).



Gambar 4. Lokasi Produksi

c. Product (Produk)

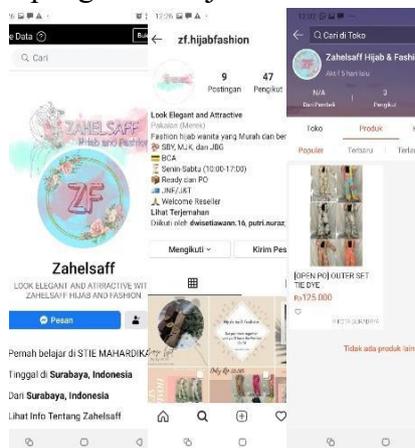
Home industry Zahelsaff Hijab & Fashion memproduksi berbagai motif hijab tie dye dengan perpaduan warna-warna yang soft serta hijab yang simpel namun kekinian. Selain itu, Home industry ini juga menjual produk hijab dan aksesoris dari supplier untuk menambah ragam produk yang dijual. Zahelsaff Hijab & Fashion mengutamakan kenyamanan pemakaian serta selalu berusaha agar produk yang dipesan oleh pelanggannya akan sesuai dengan ekspektasi mereka.



Gambar 5. Produk

d. Promotion (Promosi)

Home industry Zahelsaff Hijab & Fashion menggunakan semaksimal mungkin sosial media untuk membantu memperkenalkannya karena dengan menggunakan sosial media seperti facebook, instagram, dan whatsapp maka informasi mengenai produk yang dijual akan mudah tersebarluaskan dikalangan masyarakat dan juga memperkecil biaya pemasaran. Home industry ini juga bekerja sama dengan salah satu E-Commerce terkenal di Indonesia yakni Shopee. Karena baru saja bergabung dengan Shopee, maka Zahelsaff Hijab & Fashion masih belum mempunyai pengikut yang banyak. Selain itu, home industry ini kurang maksimal dalam menjalankan bisnisnya di Shopee, hal ini dapat dilihat dari postingannya yang belum terdapat gambar hijab dan aksesoris yang mereka jual.



Gambar 6. Sosial media Zahelsaff

Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Aspek Keuangan

1. Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan pada awal pendirian home industry Zahelsaff Hijab & Fashion terdiri dari dua macam, yakni untuk aktiva tetap dan untuk modal kerja.

Tabel 2. Rincian Kebutuhan Dana Home Industry “Zahelsaff Hijab Dan Fashion”

Kebutuhan Dana	Jumlah	
Aktiva Tetap		
Mesin jahit mini	Rp	500.000,00
Penjepit pakaian	Rp	40.000,00
Botol spray	Rp	20.000,00
Baskom Stainless	Rp	60.000,00
Meteran kain	Rp	10.000,00
Gunting kain	Rp	25.000,00
Jumlah Aktiva Tetap		Rp 655.000,00
Modal Kerja		
Pembelian Produk Pada Supplier	Rp	673.000,00
Bahan Baku	Rp	1.122.000,00
Bahan Lain-lain	Rp	216.000,00
Jumlah Modal Kerja		Rp 2.011.000,00
Jumlah Kebutuhan Dana		Rp 2.666.000,00

2. Sumber Dana

Dana untuk mendirikan home industry Zahelsaff Hijab & Fashion bersumber dari pinjaman Kampus STIE Mahardhika Surabaya sebesar Rp 3.500.000,00. Hal ini dikarenakan pendirian home industry dilatarbelakangi oleh kegiatan Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) bagi mahasiswa semester 5 STIE Mahardhika Surabaya.

3. Penetapan Harga Jual Produk

Tabel 3. Perkiraan Biaya Yang Dikeluarkan Dalam Membuat Hijab Tie Dye

No	Nama Bahan	Satuan	Harga Satuan	Jumlah yang dibutuhkan	Biaya per pcs (Rp)	Total Biaya (Rp)
Bahan Pembuat hijab segiempat tie dye 2 lusin (24 pcs)						
1	Kain	Meter	25.000	14	15.000	350.000
2	Pewarna	Pcs	4.000	10	1.700	40.000
3	Benang	Roll	3.000	6	750	18.000
4	Fixative	Botol	18.000	1	750	18.000
Jumlah					18.200	426.000
Bahan pembuat hijab Pashmina tie dye 2 lusin (24 pcs)						
1	Bahan/kain	Meter	25.000	24	25.000	600.000
2	Pewarna	Pcs	4.000	12	2.000	48.000
3	Benang	Roll	3.000	10	1.250	30.000

4	Fixative	Botol	18.000	1	750	18.000
	Jumlah				29.000	696.000

4. Perhitungan Harga jual

a. Hijab segiempat tie dye

- Total produksi (Q) per bulan 2 lusin (24 pcs)
- Biaya bahan baku per bulan Rp 426.000,00
- Biaya bahan pelengkap per bulan :
 - Plastik klip ziplock (25 cm x 20 cm) 2 lusin Rp 24.000,00
 - Kantong plastic Rp 32.000,00
 - Sarung tangan karet 4 pasang Rp 40.000,00
 - Label produk 24 biji Rp 12.000,00 +
- Total bahan pelengkap Rp 108.000,00
- Biaya tetap (FC) = Rp 655.000,00
- Biaya variabel (VC) = biaya bahan baku + biaya bahan pelengkap
 = Rp 696.000,00 + Rp 108.000,00
 = Rp 804.000,00
- AVC = VC/Q
 = Rp 804.000,00/24
 = Rp 33.500,00
- Harga Jual = Rp 45.000,00
- Laba bulan oktober = (Rp 45.000,00 X 24) – Rp 804.000,00
 = Rp 1.080.000,00 – Rp 804.000,00
 = **Rp 276.000,00**

b. Hijab Bergo

- Harga beli keseluruhan selama bulan oktober = Rp 23.000,00 X 21
 = Rp 483.000,00
- Harga jual (Rp 28.000) = Rp 28.000,00 X 21
 = Rp 588.000,00
- Laba yang diperoleh selama bulan oktober = Rp 588.000,00 – Rp 483.000,00
 = Rp 105.000,00

c. Scrunchie

- Harga beli keseluruhan selama bulan oktober = Rp 4000,00 X 25
 = Rp 100.000,00
- Harga jual (Rp 7.000) = Rp 7.000,00 X 25
 = Rp 175.000,00
- Laba yang diperoleh selama bulan oktober = Rp 175.000,00 – Rp 100.000,00
 = Rp 75.000,00

d. Konektor Masker

- Harga beli keseluruhan selama bulan oktober = Rp 3.000,00 X 30
= Rp 90.000,00
- Harga jual (Rp 5.000) = Rp 5.000,00 X 30
= Rp 150.000,00
- Laba yang diperoleh selama bulan oktober = Rp 150.000,00 – Rp 90.000,00
= Rp 60.000,00

Total laba keseluruhan selama bulan oktober

= Rp 186.000,00 + Rp 276.000,00 + Rp 105.000,00 + Rp 75.000,00 + Rp 60.000,00

= Rp 702.000,00

Laporan Keuangan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Zahelsaff Hijab & Fashion (Bulan Oktober 2020)

Pendapatan dari penjualan	Rp 2.713.000,00
Biaya produksi	(Rp 1.795.000,00)
	<hr/>
Laba Kotor	Rp 918.000,00
Biaya Lain-lain	(Rp 216.000,00)
	<hr/>
Laba Bersih	Rp 702.000,00

KESIMPULAN

Analisis pada aspek produksi home industry Zahelsaff Hijab & Fashion menunjukkan bahwa home industry ini menjual produk hijab dan aksesoris yang bermacam-macam, produk tersebut ada yang diproduksi sendiri dan ada yang dari supplier. Untuk produk yang dijual sendiri yaitu hijab dengan motif tie dye. Bahan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk hijab tie dye sangat mudah didapatkan dengan harga yang terjangkau, namun proses pembuatan produk hijab tie dye cukup rumit dan membutuhkan waktu yang lumayan lama karena proses pengeringannya masih mengandalkan tenaga surya sehingga kapasitas produk yang dihasilkan sedikit.

Analisis pada aspek pasar & pemasaran menunjukkan bahwa home industry Zahelsaff Hijab & Fashion setiap minggunya mengalami kenaikan permintaan produk walaupun tidak banyak. Selain itu, Zahelsaff Hijab & Fashion mempunyai cakupan pemasaran yang sangat luas karena dilakukan secara online dengan mengandalkan media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan berkerjasama juga dengan salah satu E-Commerce terkenal di

Indonesia yakni Shopee. Namun dalam memasarkan produknya masih belum maksimal dikarenakan kurang aktif dalam melakukan promosi.

Analisis aspek keuangan pada home industry Zahelsaff Hijab & Fashion menunjukkan bahwa untuk mendirikan usahanya membutuhkan modal sebesar Rp 2.666.000,00. Karena pendirian home industry ini dilatar belakangi oleh kegiatan PKM maka modal pendirian usaha merupakan pinjaman dari kampus STIE Mahardhika Surabaya sebesar Rp 3.500.000,00. Selama bulan Oktober, home industry ini mendapatkan laba bersih sebesar Rp 702.000,00. Oleh karena itu, dari segi keuangan usaha ini layak untuk diteruskan.

SARAN

1. Saran bagi Home Industry Zahelsaff Hijab & Fashion :
Saran bagi kegiatan produksi hijab tie dye pada home industry Zahelsaff Hijab & Fashion adalah untuk meningkatkan jumlah persediaan hijab tie dye pada home industry Zahelsaff Hijab & Fashion dapat dilakukan dengan cara menggunakan teknologi yang lebih memadai atau menambah tenaga kerja agar proses produksi lebih maksimal dan produk yang dihasilkan lebih banyak lagi. Untuk kegiatan pemasaran produk pada Zahelsaff Hijab & Fashion, sebaiknya dalam kegiatan pemasaran produk melalui media sosial lebih diaktifkan lagi dengan cara memposting foto-foto produk lebih banyak dan lebih menarik lagi. Selain itu juga bisa menyertakan bukti kepuasan pelanggan pada saat berbelanja (testimoni) didalam postingan media sosial agar konsumen tidak ragu dalam membeli produk. Untuk aspek keuangannya sebaiknya home industry Zahelsaff Hijab & Fashion memfokuskan hasil usahanya untuk melunasi pinjaman modalnya dan untuk pengembangan usahanya, sebaiknya tidak hanya mengandalkan pinjaman modal dari pihak lain tetapi juga mengandalkan modal sendiri.
2. Saran bagi Penelitian Selanjutnya :
Dikarenakan penelitian ini masih menggunakan data dari jangka waktu yang sangat pendek yaitu hanya satu bulan, maka diharapkan penelitian selanjutnya bisa menggunakan data dalam jangka waktu yang lebih panjang agar hasil penelitian yang didapatkan lebih akurat dan terpercaya.

REFERENSI

- Suryana, 2000, Kewirausahaan. Salemba Empat, Jakarta.
- Khumalasari, 2011, Home Industry, <https://arumdyankhumalasari.wordpress.com/2011/04/16/home-industri/>, diakses pada tanggal 17 November 2020.
- Jalinankata, 2015, Teknik Analisis Data Kualitatif, <https://jalinankata.wordpress.com/2015/11/18/teknik-analisis-data-kualitatif/>, diakses pada tanggal 22 November 2020.
- Dadang, 2018, Studi Kelayakan Bisnis, Pustaka Setia, Bandung. [5.] Yakob I., 1998, Studi Kelayakan Bisnis, Rineka Cipta, Jakarta.

- Afiyah A., dkk., 2015, Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry “Coklat Cozy” Kademangan Blitar), Vol. 23 No. 1, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Universitas Brawijaya, Malang.
- Gunawati U., dkk., 2017, Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips Di Perumahan Mardani Raya, Vol. 4 No. 1, JISI: Jurnal Intergrasi Sistem Industri, Jurusan Teknik Universitas Muhamadiyah, Jakarta.
- Fitriani I, N., dkk., 2018, Studi Kelayakan Bisnis Bakso Lotus, Vol. 5 No. 1, Jurnal Gastronomi Wisata, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Siswanto S., 2000, Studi Kelayakan Proyek : konsep, teknik dan kasus, Damar Mulia Pustaka, Jakarta.