

ANALISIS USAHA FASHION BATIK (STUDI KASUS TOKO AV COLLECTION WANAYASA PEKALONGAN)

Feasibility Analysis of Batik Fashion Business (Case Study of AV Collection Wanayasa Pekalongan Store)

Khasanah Nur Febriyanti¹⁾

¹⁾Ekonomi Syariah/fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

ABSTRACT

In writing this article, we discuss the AV Collection batik fashion business which is located in Wanayasa District, Pekalongan Regency. This data collection method is an interview method by interviewing a business owner. The purpose of this study is to find out how the marketing mix is for AV Collection Wanayasa batik. The research method used is descriptive research method with a qualitative approach. The results of the study show that AV Collection's batik products are always updated with their motifs. The price of batik is affordable for all groups, the place or distribution is easily accessible to consumers, promotions use direct and indirect promotional strategies to the public. In conclusion, the AV Collection batik fashion can be said to be growing rapidly by using a marketing strategy with marketing mix techniques, namely the production of unique and attractive batik, competitive product prices, promotions still using direct techniques to consumers not fully adapted to the times, distribution places that are affordable but not right and not strategic.

Keywords: Management, Business Feasibility, Fashion Batik

ABSTRAK

Pada penulisan artikel kali ini membahas mengenai usaha fashion batik AV Collection yang terletak di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Pekalongan. Pengambilan data metode ini adalah metode wawancara dengan mewawancarai seorang pemilik pengusahanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah bauran pemasaran pada batik AV Collection Wanayasa. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan, Product batik AV Collection selalu update dengan motifnya. Price batik terjangkau oleh semua kalangan, Place atau pendistribusian mudah dijangkau oleh konsumen, promotion menggunakan strategi promosi kepada masyarakat secara langsung dan tidak langsung. Kesimpulannya, fashion batik AV Collection dapat dikatakan berkembang pesat dengan menggunakan strategi pemasaran dengan teknik bauran pemasaran yaitu produksi batik yang unik dan menarik, harga produk yang bersaing, promosi masih menggunakan teknik langsung kepada konsumen belum sepenuhnya disesuaikan dengan perkembangan jaman, tempat pendistribusian yang terjangkau namun belum tepat dan belum strategis.

Kata Kunci: Manajemen, Kelayakan Bisnis, Fashion Batik

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu jenis kerajinan yang banyak terdapat di Indonesia. Masing-masing daerah memiliki ciri yang berbeda satu sama lain terutama dalam corak dan motif batiknya. Demikian pula Kabupaten Pekalongan juga memiliki motif batik yang khas dan berbeda dari daerah lain. Salah satu industri kecil yang cukup potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Pekalongan adalah industri Batik. Pemasaran produk ini

potensial baik di dalam negeri maupun di luar negeri (ekspor).

Penggunaan batik sendiri dapat digunakan menjadi banyak hal seperti pembuatan kain untuk busana jawa, untuk busana pakaian, hingga aksesoris, juga sebagai bahan pakaian modern saat ini, dan masih banyak lainnya. Pada pembuatannya batik juga diproduksi melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM AV Collection merupakan satu dari sekian banyak UMKM yang lain dalam memproduksi pakaian batik, yang beralamatkan di Kecamatan Wanayasa

Pekalongan, yang juga merupakan desa wisata industri kreatif.

Studi kelayakan untuk menilai kelayakan implementasi suatu perusahaan adalah salah satu langkah awal yang tepat bagi anda yang ingin terjun ke dunia korporat dalam bisnis, di sektor jasa, bahkan di industri dan banyak lainnya. Menerapkan studi kelayakan untuk menilai kelayakan pelaksanaan usaha memang sangat penting untuk meletakkan dasar yang kuat untuk dan menghindari hal-hal yang tidak anda inginkan sebagai pengusaha di kemudian hari terkait dengan hilangnya bisnis anda. Penelitian ini untuk mendapatkan gambaran awal apakah perusahaan tersebut menguntungkan atau tidak. Sehingga anda bisa mendapatkan hasil keputusan apakah akan dilanjutkan atau tidak. Investigasi studi kelayakan mengungkapkan bahwa penting bagi perusahaan untuk membuat analisis keuntungan operasi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan aspek-aspek yang mempengaruhi Analisis Kelayakan Usaha Batik AV Collection. Tujuannya adalah untuk menetapkan kelayakan usaha ini berdasarkan analisis yang ditemukan (Sultan, Taufiq, and Arisandi 2022).

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui hasil uji kelayakan bisnis fashion Batik AV Collection agar dapat dijalankan, mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis fashion Batik AV Collection dari aspek pasar dan pemasaran, mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis tersebut dari aspek pesaing serta mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis fashion Batik AV Collection Wanayasa Pekalongan (Zulkarnaen et al. 2020).

*Korespondensi Penulis:
E-mail: khasanahnurfebriyanti@gmail.com

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan teknik pengumpulannya ada tiga, berikut data-data yang akan dikumpulkan peneliti untuk memenuhi kebutuhan penelitian:

1. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini antara lain yaitu data observasi jumlah pesaing, profil dan bentuk perusahaan pesaing, syarat dan cara memperoleh izin perusahaan dagang, fenomena kebutuhan akan sandang/pakaian, dan data lain yang diperlukan untuk penelitian ini (Noviana, Bathara, and Arief 2020).
2. Data Wawancara dengan owner untuk mengetahui profil perusahaan, strategi yang dilakukan perusahaan, proses produksi dan operasional, kebutuhan dan sumber dana, penentuan biaya, laporan keuangan dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian kelayakan bisnis ini (Yuniar et al. 2022).

Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diantaranya menggunakan analisis strategi bauran pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotion).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan observasi dan wawancara terhadap owner AV Collection dan mendapat hasil bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan berbagai aspek analisisnya.

Pembahasan

a) Analisis Minat Konsumen

Minat masyarakat terhadap batik bisa dikatakan meningkat. Hal ini juga mempengaruhi penjualan dari AV Collection. Konsumen terbanyak rata-rata adalah perempuan dengan produk terlarisnya yaitu atasan batik dan daster batik (Putra, Indriani, and Suardika 2022).

b) Analisis pesaing

Faktor persaingan disini ada lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan fashion batik, yaitu ancaman pendatang baru, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar

menawar pembeli, dan persaingan kompetitif di antara anggota kelompok industry.

1. Ancaman Pedagang baru

Pendatang baru bagi industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pansa pasar. Keputusan untuk menjadi pendatang baru, dalam suatu industri acapkali menaruh komitmen baru terhadap sumber daya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil akibat profitabilitas industri menurun(Nurdiansah et al. 2023).

2. Ancaman Produk Pengganti

Ketersediaan produk pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pemimpin pasar dalam industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

3. Kekuatan Tawar Menawar

Kekuatan tawar menawar pemasok pada industri batik dipengaruhi oleh faktor utama, yaitu pemasok. Jumlah pemasok, jumlah pemasok bahan baku batik tergolong sangat sedikit, sehingga industri batik sering tidak memiliki pilihan yang paling menguntungkan(Lestari and Wahyudin 2022).

4. Revalitas Diantara Pesaing

Rivalitas di antara pengusaha mengacu kepada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya(Yudaswara 2018).

Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil bahwa persaingan perusahaan bisnis fashion muslimah cenderung tinggi pada ancaman persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, dan kekuatan tawar menawar pembeli, maka dari itu diperlukan strategi bersaing antara lain yaitu market development, differentiation, cost leadership, innovation, dan alliance.

c) Analisis segmentasi, Target Pasar dan Posisi Pasar (STP)

Kajian aspek pasar berkaitan dengan ada tidaknya potensi pasar dan peluang pasar atas fashion batik. Selain itu kajian aspek pemasaran berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam rangka untuk meraih sebagian besar pasar potensial

atau peluang pasar yang ada tersebut. Aspek pasar mencakup kondisi permintaan terhadap produk usaha fashion batik, baik permintaan yang datang dari pasar lokal maupun yang datang dari pasar ekspor.

d) Analisis Bauran Pemasaran

Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari adanya strategi promosi. Untuk mengetahui bagaimana dan apa saja yang termasuk dalam bauran promosi. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, fashion batik AV Collection menyatakan bahwa pada awalnya memutuskan untuk menggunakan sebuah media promosi dengan tujuan komunikasi, agar konsumen membeli batik dan lebih mengenal. Aktivitas promosi yang dijalankan oleh fashion batik AV Collection ini bertujuan untuk memperkenalkan merk mereka. Oleh sebab itu promosi sangat penting dilakukan supaya mampu menarik konsumen(Aliefah and Nandasari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan strategi promosi yang dilakukan oleh fashion batik AV Collection diantaranya yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, promosi langsung melalui live tiktok. Untuk harga produknya sendiri kisaran 60.000 sampai 100.000.

Analisis Finansial

Untuk membandingkan antara banyaknya biaya pengeluaran terhadap penerimaan dari sebuah proses produksi dilakukan analisis finansial(Decky Antony Kifta n.d.). Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa layak proses produksi dilakukan agar memberi laba usaha. Pada analisis ini, peneliti akan menghitung berbagai kategori segi finansial, yakni: BEP / Break Event Point, NPV / Net Present Value, IRR / Internal Rate Of Return, PP / Payback Period, ROI / Return On Investment.

Perhitungan NPV

Tabel 1. Perhitungan NPV

Tahun	Kas Bersih (Rp)	D.F (5%)	PV Kas
2020	224.312.000	0,952	213.630.476
2021	207.635.000	0,907	188.331.066
2022	207.600.000	0,863	179.332.685
Total PV Kas Bersih			513.269.227

Perhitungan IRR

Tabel 2. Perhitungan IRR

Interpolasi	PVIFA	PVIFA
6%	570.714.468	570.714.468
Investment		68.025.000
8%	550.509.415	
	20.205.053	502.689.468

Perhitungan IRR dengan faktor diskon dengan hasil NPV positif, yaitu: $IRR = 6\% + 482.484.415 \times 100\% 502.689.468$ $IRR = 6\% + 0,959\%$ $IRR = 6,959\%$.

Dengan begitu ketentuan IRR lebih besar ($>$) suku bunga relevan sehingga usaha layak diterima. IRR UMKM Loca Nusa menghasilkan nilai 6,959% lebih besar ($>$) dari suku bunga 6% sehingga rencana investasi Batik AV layak diterima.

Payback Period

Payback Period / PP yaitu sebuah periode dengan fungsi untuk menutup pengeluaran investasi dengan aliran kas, hasil perhitungan Payback Period lebih pendek dari maksimum Payback Period-nya maka investasi dapat diterima. Berikut hasil perhitungan dari Payback Period (PP) yaitu:

$PP = \text{Investasi Awal} : \text{Kas Bersih} \times 12 \text{ bulan}$
 $PP \text{ Tahun } 1 = 68.025.000 : 207.600.000 \times 12$
 $PP = 3,9 \text{ bulan atau } 3 \text{ bulan } 9 \text{ hari.}$

Dengan melihat hasil perhitungan Payback Period di atas maka dari investasi yang dilakukan oleh Batik AV adalah 3 bulan 9 hari.

SIMPULAN

Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang dapat dijadikan sebagai peluang bisnis. Keragaman motif dan warna menjadikan batik dapat dikreasikan menjadi berbagai macam model pakaian yang diminati penduduk Indonesia, khususnya penduduk di Kota Pekalongan. Didukung dengan fenomena bahwa setiap orang dapat berbisnis maka mengakibatkan persaingan yang ketat antarpelaku bisnis, terutama bisnis sejenis. Niat berbisnis seringkali dihantui oleh ketakutan dalam menghadapi kegagalan.

Oleh karena itu, untuk meminimasi kegagalan dalam menjalankan bisnis diperlukan studi kelayakan bisnis. Studi

kelayakan akan memberikan penilaian tentang kelayakan suatu bisnis berdasarkan aspek-aspek tertentu. Di samping itu, juga disertai dengan memberikan rekomendasi yang tepat bagaimana seharusnya bisnis dijalankan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Studi kelayakan bisnis pun dilakukan pada bisnis fashion batik AV Collection di Pekalongan yang menjual pakaian-pakaian batik. Studi kelayakan bisnis dilakukan pada analisis minat konsumen, analisis pesaing, analisis segmentasi, target pasar dan posisi pasar, dan analisis bauran pemasaran. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa bisnis fashion batik AV Collection layak untuk dijalankan, kecuali pada kondisi pesimistis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefah, Aniesatun Nurul, and Eka Arilia Nandasari. 2022. "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen." *Lab* 6(01):40–56. doi: 10.33507/labatila.v5i02.475.
- Decky Antony Kifta. n.d. *Analisis Pengendalian Persediaan Dalam Hubungannya Dengan Efisiensi Biaya*.
- Lestari, Lugina, and Wahyudin Wahyudin. 2022. "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Perancangan Dan Pengembangan Produk Kursi Multifungsi." *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 21(1):86. doi: 10.20961/performa.21.1.58401.
- Noviana, Yosi, Lamun Bathara, and Hazmi Arief. 2020. "Analisis Kelayakan Usaha Rendang Kerang Di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau." *Sosial Ekonomi Pesisir* 1(1):67–73.
- Nurdiansah, Bambang, Program Studi, Teknik Industri, Fakultas Teknik, and Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2023. "Analisis Kelayakan Usaha Batik Di UKM Satrio Utomo Kedunggudel Sukoharjo (Studi Kasus: UKM Batik Satrio Utomo)."
- Putra, Rizky Witama, Sri Indriani, and Ida Bagus Suardika. 2022. "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Produksi Usaha Kopi Robusta (Studi

Kasus: Umkm Loca Nusa, Malang, Jawa Timur).” *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri* 5(2).

Sultan, Muhammad, Muhammad Taufiq, and Devy Arisandi. 2022. “Manajemen Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Toko Roti Gembong Gedhe Cabang.” 2(2):1–7.

Yudaswara, Refki Aditya. dkk. 2018. “Analisis Kelayakan Usaha Produk Olahan Berbahan Baku Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*).” *Jurnal Perikanan Kelautan* 9(1):104–11.

Yuniar, Vira, Cantika Florentina Br Bangun, Sri Wulandari Bugis, and Suhairi Suhartini. 2022. “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan.” *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management* 2(2):142–51. doi: 10.47467/manageria.v2i2.929.

Zulkarnaen, Iskandar, Anggun Nur Azizah, Solihin, and Paduloh. 2020. “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Fashion Muslimah ‘Galery Amanah’ Menggunakan Pendekatan Business Process Management (BPM).” *Jurnal Jaring SainTek* 2(2):1–14. doi: 10.31599/jaring-saintek.v2i2.323.