

ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN TOKO *OFFLINE* BUSANA MUSLIM MYZA.INA DI KOTA TASIKMALAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE INKREMENTAL

1st Nasywa Dinah Janitra
Teknik Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

nasywadinah@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Farda Hasun
Teknik Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

fardahasun@telkomuniversity.ac.id

3rd Meldi Rendra
Teknik Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

meldirendra@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan pembangunan toko *offline* pada usaha busana muslim Myza.Ina di Kota Tasikmalaya dengan menggunakan metode inkremental. Myza.Ina merupakan bisnis *fashion* muslimah yang berkembang secara *online* dan berencana mengembangkan usahanya ke ranah *offline*. Studi ini dilakukan dengan pendekatan studi kelayakan yang mencakup tiga aspek utama, yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi langsung, dan wawancara, serta dilengkapi dengan data historis penjualan yang diperoleh melalui dokumen perusahaan. Estimasi permintaan dan strategi pemasaran disusun berdasarkan data primer dan sekunder. Aspek teknis dianalisis untuk merancang proses bisnis, kebutuhan fasilitas, dan tenaga kerja. Sementara aspek finansial dianalisis dengan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period*. Penelitian ini juga menggunakan metode inkremental untuk membandingkan skenario sebelum dan sesudah pembangunan toko *offline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan toko *offline* berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan keuntungan tambahan yang layak dipertimbangkan.

Kata kunci— Studi Kelayakan, Toko *Offline*, Inkremental, Busana Muslim, Myza.ina, Kota Tasikmalaya

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri ekonomi kreatif di Indonesia telah mendorong munculnya beragam bentuk inovasi bisnis, salah satunya dalam bidang *fashion* muslimah. Fenomena modest *fashion* yang mendunia memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pusat tren busana muslim global. Berdasarkan laporan dari *The State of Global Islamic Economy* (2023), Indonesia masuk dalam lima besar negara dengan pengeluaran terbesar untuk produk *fashion* muslim. Tren ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha di bidang *fashion* muslimah, termasuk Myza.Ina.

Myza.Ina merupakan merek lokal yang mengembangkan usahanya secara *online* dengan basis pelanggan loyal yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Meskipun pertumbuhan penjualan *online* cukup tinggi, terdapat kecenderungan konsumen untuk tetap menginginkan pengalaman belanja secara langsung. Hal ini dikarenakan kebutuhan untuk melihat dan mencoba langsung produk sebelum membeli. Dalam studi perilaku konsumen oleh Kotler dan Keller (2016), pengalaman fisik merupakan salah satu aspek penting yang memengaruhi keputusan pembelian produk *fashion*. Sejalan dengan hal tersebut, pembangunan toko *offline* menjadi salah satu

strategi untuk menjawab kebutuhan konsumen dan memperkuat citra merek.

Kota Tasikmalaya dipilih sebagai lokasi pengembangan karena memiliki jumlah penduduk wanita usia produktif yang tinggi, budaya religius yang mendukung penggunaan busana muslim, serta pertumbuhan ekonomi regional yang stabil. Berdasarkan data BPS (2024), tingkat pertumbuhan ekonomi Kota Tasikmalaya mencapai 5,96%, seperti diperlihatkan di gambar 1, yang menunjukkan daya beli masyarakat yang terus meningkat, menjadi indikator penting daya saing wilayah tersebut.



Gambar 1 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Tasikmalaya (Sumber: BPS, 2024)

Namun demikian, perlu diperhatikan bahwa ekspansi bisnis ke arah *offline* memerlukan perencanaan yang matang, khususnya dalam hal pembiayaan, pengelolaan sumber daya manusia, dan perencanaan operasional. Oleh karena itu, penting dilakukan studi kelayakan untuk menilai sejauh mana proyek pembangunan toko *offline* ini dapat memberikan nilai tambah secara bisnis dan keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kelayakan proyek dari sisi pasar, teknis, dan finansial, serta membandingkan dua skenario: tetap *online* dan kombinasi *online-offline*. Metode analisis inkremental digunakan untuk membantu pengambilan keputusan investasi berdasarkan selisih manfaat dan biaya antar kedua alternatif tersebut.

II. KAJIAN TEORI

Studi kelayakan merupakan sebuah proses sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi potensi keberhasilan suatu proyek usaha. Menurut Hisrich *et al.* (2017), studi kelayakan memiliki tujuan utama untuk menghindari risiko

kerugian dan menjadi dasar dalam merencanakan, melaksanakan, serta mengawasi usaha. Dalam konteks pengembangan usaha, studi kelayakan memegang peran penting dalam menentukan apakah proyek yang direncanakan layak untuk dijalankan dari berbagai aspek.

Aspek pasar dalam studi kelayakan mencakup analisis terhadap ukuran dan karakteristik pasar potensial, yaitu total peluang yang dapat dimanfaatkan oleh suatu produk atau jasa dalam suatu pasar tertentu, termasuk pembeli yang mungkin tertarik dan memiliki kapasitas untuk membeli. Pasar tersedia merupakan sekelompok konsumen yang memiliki ketertarikan, kemampuan finansial, dan akses terhadap suatu produk atau jasa dalam wilayah atau segmen pasar tertentu. Sementara itu, menurut Kotler & Keller (2016), pasar sasaran adalah segmen pasar yang dipilih perusahaan untuk dijangkau dan dilayani dengan penawaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta pasar penetrasi sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk atau jasa tertentu. Untuk menggali informasi ini, dilakukan *segmenting* berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, *targeting*, dan *positioning* (STP) guna memahami karakteristik konsumen yang menjadi target pasar. Selain itu, perlu dikembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dengan memahami aspek pasar, perusahaan dapat merumuskan strategi yang sesuai untuk menjangkau konsumen secara efektif.

Aspek teknis berkaitan dengan hal-hal operasional yang diperlukan untuk menjalankan proyek usaha. Pada aspek ini dianalisis berbagai faktor seperti pemilihan lokasi usaha yang strategis, tata letak fasilitas atau layout toko, proses produksi atau pelayanan, kebutuhan peralatan dan teknologi, serta jumlah dan kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan. Aspek teknis berperan dalam menjamin efisiensi dan efektivitas operasional usaha sehingga mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen (Afriзал Miradji Mohammad et al., 2023).

Sementara itu, aspek finansial merupakan komponen penting dalam penilaian kelayakan investasi. Dalam aspek ini, dilakukan analisis terhadap kelayakan keuangan proyek menggunakan beberapa indikator, yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PBP). NPV menunjukkan selisih antara nilai sekarang dari manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan; nilai NPV yang positif menandakan bahwa proyek layak dijalankan. IRR adalah tingkat pengembalian investasi yang dihasilkan oleh proyek, di mana proyek dianggap layak jika IRR lebih tinggi dari tingkat pengembalian minimum yang disyaratkan *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR). Sementara itu, PBP menunjukkan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal dari keuntungan proyek (Sobana, 2018).

Selain ketiga aspek tersebut, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis inkremental. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan dua alternatif proyek, yaitu kondisi usaha saat ini (*online* saja) dengan kondisi usaha yang direncanakan (*online* dan *offline*), untuk melihat perbedaan atau selisih arus kas antara keduanya dan juga untuk menilai kelayakan dari tambahan investasi yang dilakukan (Newnan, 1990). Dengan pendekatan ini,

dapat diketahui apakah alternatif pengembangan toko *offline* memberikan tambahan manfaat yang signifikan dibandingkan hanya mengandalkan penjualan secara *online*. Pendekatan ini sangat berguna dalam pengambilan keputusan investasi karena dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kontribusi tambahan dari alternatif yang diusulkan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode studi kelayakan bisnis. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik Myza.Ina, dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden wanita usia 15–64 tahun yang berdomisili di Kota Tasikmalaya. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen internal perusahaan seperti data penjualan historis, serta publikasi dari BPS dan berbagai sumber literatur.

Penelitian dimulai dari pengumpulan data untuk ketiga aspek kelayakan. Pada aspek pasar, data diperoleh dari hasil kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui perilaku, preferensi, dan potensi pasar konsumen Myza.Ina, serta melakukan analisis terhadap pasar potensial, tersedia, dan sasaran, termasuk peramalan permintaan. Pada aspek teknis, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara yang meliputi informasi lokasi usaha, proses bisnis yang sedang berjalan, kebutuhan fasilitas, dan perencanaan tenaga kerja untuk operasional toko *offline*. Untuk aspek finansial, dilakukan pengumpulan data mengenai biaya investasi awal, biaya operasional, serta proyeksi pendapatan berdasarkan estimasi pasar dan data internal perusahaan.

Seluruh data yang dikumpulkan kemudian diolah. Data dari kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan *software* SPSS. Sementara itu, data finansial digunakan untuk menyusun laporan proyeksi arus kas, laporan laba rugi, dan neraca selama lima tahun.

Analisis kelayakan dilakukan dengan menghitung tiga indikator utama yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PBP) pada dua skenario: skenario tanpa pembangunan toko *offline* (*online* saja) dan skenario dengan pembangunan toko *offline*. Penilaian kelayakan didasarkan pada kriteria umum yaitu $NPV > 0$, IRR lebih besar dari *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR), dan PBP lebih kecil dari umur proyek.

Setelah itu, dilakukan analisis inkremental yang bertujuan membandingkan kedua skenario dengan mengamati selisih arus kas antar alternatif. Hasil dari analisis ini menjadi dasar untuk menentukan apakah pembangunan toko *offline* akan memberikan keuntungan tambahan yang signifikan dibandingkan dengan menjalankan usaha secara *online* saja.

Semua hasil analisis yang diperoleh digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam rencana ekspansi usaha Myza.Ina ke dalam ranah toko fisik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Alternatif Skenario

Penelitian ini menggunakan dua alternatif skenario yang dijalankan. Alternatif pertama yaitu hanya melakukan penjualan secara *online* dan tidak

menambahkan pembukaan toko *offline* dan alternatif kedua yaitu menambahkan toko *offline* dan mempertahankan penjualan secara *online*.

3.2 Aspek Pasar

Survei dilakukan menggunakan kuesioner terhadap 100 responden dari populasi target sebanyak 255.979 perempuan usia 15–64 tahun di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui kuisisioner yang telah disebarkan, diketahui bahwa sebanyak 95% responden atau sebanyak 95 orang merasa perlu untuk berbelanja secara *offline*, sedangkan 5% responden atau sebanyak 5 orang merasa tidak perlu untuk berbelanja secara *offline*.

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa pasar potensial atau tingkat ketertarikan rata-rata pada produk Myza.Ina yaitu sebesar 77%. Dengan populasi sebesar 225.979 jiwa (data tahun 2023), diperoleh pasar potensial sebanyak 197.104 konsumen. Setelah dilakukan proyeksi dengan pertumbuhan penduduk Kota Tasikmalaya sebesar 0,83% per tahun, maka pada tahun 2025 diestimasikan jumlahnya menjadi 200.489 konsumen. Dari jumlah pasar potensial, selanjutnya dilakukan perhitungan pasar tersedia berdasarkan persentase responden yang memiliki kemampuan membeli (*income* dan akses) dengan rata-rata sebesar 85%. Maka, pasar tersedia yaitu sebanyak 170.416 pembeli. Pasar sasaran dihitung dengan mempertimbangkan faktor internal usaha, seperti data riwayat penjualan sebelumnya dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan. Jika perusahaan menargetkan pasar sasaran sebesar 6,20% dari pasar tersedia atau sebanyak 10.566 konsumen dan dengan asumsi bahwa frekuensi 1 orang membeli baju sebanyak 2 kali dalam setahun, maka pasar sasarnya yaitu sebanyak 21.141 pembelian. Target sebesar ini merupakan target yang realistis dan menantang bagi perusahaan, dan akan menjadi target penjualan total.

Di sisi lain, penelitian ini juga menentukan proyeksi permintaan dengan menggunakan data historis penjualan produk yang selama ini dilakukan secara online seperti tersaji di tabel 1.

Tabel 1

Penjualan Produk Myza.Ina (Sumber: Data Perusahaan)

Tahun	Bulan	Jumlah (dalam pcs)
2022	Januari	35
	Februari	153
	Maret	738
	April	132
	Mei	70
	Juni	71
	Juli	193
	Agustus	61
	September	68
	Oktober	72
	November	64
	Desember	74
2023	Januari	150
	Februari	1344
	Maret	3231
	April	1742
	Mei	181
	Juni	249

2024	Juli	364
	Agustus	174
	September	211
	Oktober	196
	November	223
	Desember	268
	Januari	373
	Februari	1899
	Maret	5371
	April	1234
	Mei	269
	Juni	391
	Juli	193
	Agustus	210
	September	293
	Oktober	261
	November	234
	Desember	383

Proyeksi permintaan menggunakan data historis penjualan dilakukan dengan menggunakan teknik peramalan regresi linear dan hasilnya menunjukkan peningkatan rata-rata tahunan sebesar 15% (*online*) seperti terlihat di tabel 2, dengan bobot persentase permintaan untuk produk gamis dewasa yaitu sebesar 65% dan untuk produk *One Set Muslimah* sebesar 35%.

Tabel 2

Estimasi Permintaan Alternatif 1 (Sumber: Hasil Analisis)

Tahun	2026	2027	2028	2029
Gamis Dewasa	9161	10685	12210	13734
One Set Muslimah	4933	5754	6574	7395
Total	14094	16439	18784	21129

Jika ditambah dengan penjualan *offline* yang diperkirakan mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen yang menginginkan pengalaman belanja langsung, pemilik menargetkan peningkatan penjualan total yang 50% lebih tinggi, maka akan ada peningkatan sebesar 22% untuk penjualan *online* dan *offline*. Tabel 3 berikut merupakan tabel hasil peramalan alternatif 2 untuk periode tahun 2026 sampai dengan tahun 2029.

Tabel 3

Estimasi Permintaan Alternatif 2 (Sumber: Hasil Analisis)

Tahun	2026	2027	2028	2029
Gamis Dewasa	13742	16028	18314	20600
One Set Muslimah	7399	8630	9862	11093
Total	21141	24658	28176	31693

Strategi pemasaran difokuskan pada segmen wanita muslimah modern di usia 15-64 tahun, dengan *positioning* “*Beautifully Covered, Confidently You*”. Untuk bauran pemasaran, maka Myza.Ina fokus pada penjualan busana muslim wanita seperti gamis dewasa dan *one set muslimah*. Harga produk yang ditawarkan untuk gamis dewasa dan *one set muslimah* cukup variative dengan kisaran harga antara Rp 140.000 hingga Rp 285.000 tergantung pada jenis dan desain pakaian. Promosi akan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau konsumennya melalui

pembuatan konten visual yang menarik dan juga penjualan secara live shopping. Myza.Ina juga akan bekerja sama dengan influencer untuk meningkatkan *brand awareness*. Kegiatan promosi perlu dilakukan secara konsisten dan kreatif agar mampu bersaing dengan kompetitor, terutama dari *brand fashion muslim lokal*. Untuk kegiatan promosi secara *offline* dapat memanfaatkan strategi *word-of-mouth* dari konsumen yang puas akan produk dan pelayanan yang diberikan juga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen lainnya.

4.3 Aspek Teknis dan Operasional

4.3.1 Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja

Kebutuhan tenaga kerja menjadi aspek penting yang perlu diperhitungkan untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Penentuan jumlah kebutuhan tenaga kerja disesuaikan dengan mempertimbangkan target penjualan tahunan dan durasi waktu proses dari setiap aktivitas bisnis. Myza.Ina menjalankan operasional dengan jam kerja mulai pukul 10.00 hingga 17.00 dari hari Senin-Sabtu, kecuali pada hari libur nasional. Berdasarkan sistem tersebut, berikut disajikan perhitungan waktu kerja efektif selama satu tahun.

Tabel 4
Jumlah Hari Kerja Efektif

Keterangan	Jumlah (hari)
Jumlah hari per tahun	365
Jumlah libur nasional/tanggal merah	16
Libur idul fitri	7
Jatah cuti karyawan	12
Jumlah hari Minggu per tahun (toko tutup setiap hari Minggu)	52
Jumlah hari kerja efektif	278

Berdasarkan tabel di atas, Myza.Ina memiliki 278 hari kerja efektif dalam satu tahun. Untuk menghitung total waktu kerja efektif dalam satu tahun dapat mengacu pada jam kerja efektif per hari yaitu sebanyak 7 jam per hari. Dengan demikian, rincian waktu kerja efektif per hari disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5
Jumlah Waktu Kerja Efektif

Perhitungan Waktu Kerja Efektif	
Jumlah hari kerja efektif (hari)	278
Waktu kerja per hari (jam)	7
Waktu kerja per hari (menit)	420
Waktu kerja efektif per tahun (menit)	116.760

Penentuan jumlah tenaga kerja merupakan langkah terakhir yang dilakukan dengan membagi total waktu proses tahunan dengan waktu kerja efektif tahunan.

Perhitungan jumlah tenaga kerja ini akan disajikan dalam tabel 6 berikut.

Tabel 6
Jumlah Waktu Kerja Efektif

Tahun	2026	2027	2028	2029
Total waktu proses (menit)	586000	677082	768550	859992
Waktu kerja efektif (menit)	116.760			
Jumlah Tenaga Kerja	6	6	7	7

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa toko *offline* Myza.Ina membutuhkan sebanyak 6 orang tenaga kerja pada tahun pertama dan mengalami kenaikan pada tahun berikutnya. Kebutuhan tenaga kerja tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan posisi yang diperlukan oleh Myza.Ina yaitu pelayan toko, kasir, staff gudang, pemasaran, admin dan *host live*.

4.3.2 Perhitungan Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas

Untuk menunjang kegiatan operasional toko secara *offline*, diperlukan beberapa peralatan dan fasilitas untuk digunakan. Rincian kebutuhan peralatan dan fasilitas untuk menunjang kegiatan operasional toko dapat dilihat di tabel 7.

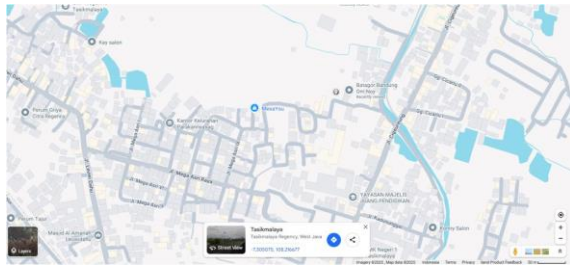
Tabel 7
Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas

No	Barang	Economic Life	Harga Satuan	Alternatif 1 (Online)		Alternatif 2 (Offline + Online)	
				Jumlah Kebutuhan	Total	Jumlah Kebutuhan	Total
1	Lampu Studio	4	Rp116.000,00	2	Rp232.000,00	2	Rp232.000,00
2	Tripod	4	Rp42.500,00	2	Rp85.000,00	2	Rp85.000,00
3	Kamera	4	Rp1.730.250,00	1	Rp1.730.250,00	1	Rp1.730.250,00
4	Printer Thermal	4	Rp485.000,00	1	Rp485.000,00	1	Rp485.000,00
5	Gawang Gantungan Baju	8	Rp108.000,00	4	Rp432.000,00	8	Rp864.000,00
6	Hanger	8	Rp1.500,00	100	Rp150.000,00	230	Rp345.000,00
7	Rak Gudang 3 Tingkat	8	Rp568.000,00	3	Rp1.704.000,00	6	Rp3.408.000,00
8	Meja Kasir	8	Rp1.450.000,00	-	-	1	Rp1.450.000,00
9	Cash Drawer	8	Rp275.000,00	-	-	1	Rp275.000,00
10	Kursi Kasir	8	Rp219.000,00	-	-	1	Rp219.000,00
11	Meja Kasir	4	Rp1.999.000,00	-	-	1	Rp1.999.000,00
12	Barcode Scanner	4	Rp179.000,00	-	-	1	Rp179.000,00
13	Printer Strik	4	Rp286.150,00	-	-	1	Rp286.150,00
14	Lampu LED 17W	4	Rp4.037,00	-	-	8	Rp32.296,00
15	Manset	8	Rp38.000,00	-	-	4	Rp152.000,00
16	Kapstock	4	Rp30.187,00	-	-	2	Rp60.374,00
17	Cermin Luar	8	Rp125.000,00	-	-	2	Rp250.000,00
18	Cermin Facing Room	8	Rp150.000,00	-	-	2	Rp300.000,00
19	Rel Fitting Room	4	Rp100.000,00	-	-	2	Rp200.000,00
20	Tina Fitting Room	4	Rp43.000,00	-	-	2	Rp86.000,00
21	AC	8	Rp1.699.000,00	-	-	2	Rp3.398.000,00
22	Sofa	8	Rp625.000,00	-	-	2	Rp1.250.000,00
23	Meja	8	Rp320.000,00	-	-	1	Rp320.000,00
24	Sapu	4	Rp28.888,00	-	-	1	Rp28.888,00
25	Pei	4	Rp49.900,00	-	-	1	Rp49.900,00
26	Display Nama Toko	8	Rp1.050.000,00	-	-	1	Rp1.050.000,00
27	Bunga Pajangan	4	Rp4.450,00	-	-	4	Rp17.800,00
28	Jam Dinding	4	Rp47.490,00	-	-	1	Rp47.490,00
29	Tempat Sampah	4	Rp40.000,00	-	-	2	Rp80.000,00
30	Terminal	4	Rp26.000,00	-	-	2	Rp52.000,00
31	CCTV	4	Rp450.000,00	-	-	3	Rp1.350.000,00

4.3.3 Penentuan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha dilakukan agar toko *offline* dapat beroperasi dengan mempertimbangkan kebutuhan masyarakat serta menjamin efisiensi, efektivitas, dan kelayakan ekonomi. Dalam hal ini, pemilik usaha Myza.Ina telah menentukan preferensi lokasi untuk pembangunan toko *offline* sejak awal penelitian dilakukan yaitu dengan membeli tanah seluas 22 x 10 m2 dan bangunan di jalan Bumi Asri No.E 38, Parakannyasag, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya. Pemilihan lokasi ini didasari

pertimbangan konsep dan Lokasi yang dekat dengan kediaman pemilik sehingga lebih mudah untuk dilakukan pemantauan serta harga tanah yang relatif lebih murah namun lokasi yang tetap strategis dekat dengan pusat kota Tasikmalaya.



Gambar 2
Lokasi Usaha

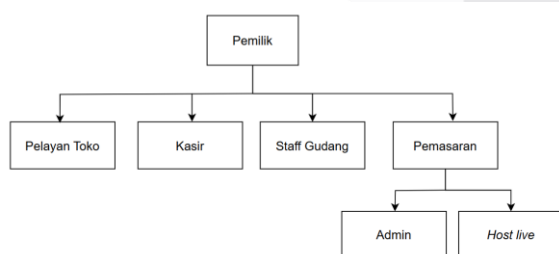
4.3.4 Layout

Desain toko menggunakan bangunan dua lantai: lantai 1 sebagai area penjualan dan pelayanan pelanggan, serta lantai 2 untuk gudang dan studio live shopping. Tata letak dirancang agar alur pelanggan dan efisiensi ruang optimal. Peralatan yang dibutuhkan meliputi rak display, meja kasir, sistem POS, kamera, dan perlengkapan promosi.



Gambar 3
Layout Toko Myza.Ina Lantai 1 dan Lantai 2

4.3.5 Struktur Organisasi



Gambar 4
Struktur Organisasi Myza.Ina

Struktur organisasi direncanakan sebanyak 6 tenaga kerja pada periode tahun pertama dengan pembagian tugas antara lain yaitu pelayan toko, kasir, staff gudang, pemasaran, admin dan host live. Struktur organisasi yang lebih terdistribusi mendukung

kelancaran operasional harian dan peningkatan profesionalisme layanan.

4.4 Aspek Finansial

4.4.1 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Myza.Ina untuk merealisasikan alternatif 1 dan alternatif 2 yang berjumlah Rp924.167.134 dan Rp2.393.394.319 dengan proyeksi sumber dana yang didapat sepenuhnya dari pemilik. Jumlah serta perhitungan terkait kebutuhan dan sumber dana yang dibutuhkan oleh Myza.Ina adalah seperti tercantum di tabel 8.

Tabel 8
Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana	Alternatif 1	Alternatif 2
Fixed Investment	Rp6,748,250	Rp971,181,568
Working Capital	Rp917,418,884	Rp1,422,212,751
Total	Rp924,167,134	Rp2,393,394,319

Sumber Dana	Alternatif 1	Alternatif 2
Owner Equity	100%	100%
Bank's Loan	0%	0%
Total	Rp924,167,134	Rp2,393,394,319

Dapat dilihat pada tabel di atas yang menyajikan kebutuhan dana yang dibutuhkan pada alternatif 1 dan alternatif 2. Dana yang diperoleh merupakan 100% dana dari pemilik.

4.4.2 Estimasi Pendapatan

Estimasi pendapatan Myza.Ina dihasilkan dari perhitungan yang mengalikan harga jual dengan estimasi terhadap permintaan produk Myza.Ina. Berikut adalah estimasi pendapatan untuk empat tahun kedepan.

Tabel 9
Estimasi Pendapatan Alternatif 1 dan 2

Tahun	Estimasi Pendapatan
2026	Rp2,012,623,200.00
2027	Rp2,394,438,984.00
2028	Rp2,790,722,350.08
2029	Rp3,201,899,275.21

Tahun	Estimasi pendapatan
2026	Rp3,018,934,800.00
2027	Rp3,591,585,648.00
2028	Rp4,186,083,525.12
2029	Rp4,802,773,142.56

4.4.3 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi digunakan untuk mengevaluasi performa keuangan tahunan dari masing-masing alternatif. Komponen yang dianalisis meliputi total pendapatan, biaya operasional, hingga laba bersih setelah pajak (EAT). Tabel 10 dan 11 berikut menampilkan perbandingan laporan laba rugi antara Alternatif 1 (tanpa toko *offline*) dan Alternatif 2 (dengan toko *offline*) selama periode 2026 hingga 2029.

Tabel 10
Laporan Laba Rugi Alternatif 1

Laporan Laba Rugi Alternatif 1				
Tahun	2026	2027	2028	2029
Total pendapatan	Rp2.012.823,200	Rp2.394.438,984	Rp2.790.722,350	Rp3.201.899,275
Beban				
Bahan Baku	Rp694.252,678	Rp825.961,045	Rp943.778,644	Rp1.061.601,957
Listrik	Rp1.531.151	Rp1.561.774	Rp1.593.009	Rp1.624.870
Internet	Rp4.200.000	Rp4.284.000,00	Rp4.369.680,00	Rp4.457.073,60
Air	Rp1.086.000	Rp1.107.720,00	Rp1.129.874,40	Rp1.152.471,89
Pemasaran	Rp33.126,829	Rp33.789,365	Rp34.465,153	Rp35.154,465
Tenaga Kerja	Rp134.494,215	Rp143.236,339	Rp152.546,701	Rp162.462,237
Habis Pakai	Rp37.520,160	Rp38.270,563	Rp39.035,974	Rp39.816,694
THR	Rp11.207,851	Rp11.936,361	Rp12.712,225,12	Rp13.538,519,75
Depresiasi	Rp1.351,313	Rp1.351,312,50	Rp1.351,312,50	Rp1.351,312,50
Total Beban	Rp918.770,197	Rp1.061.496,480	Rp1.190.982,573	Rp1.321.159,591
Labar Kotor/EBIT (Earning Before Interest and Tax)	Rp1.093.853,003	Rp1.332.940,504	Rp1.599.739,777	Rp1.880.739,685
Tax (0.5%)	Rp5.469,265	Rp6.664,703	Rp7.998,699	Rp9.403,698
Labar Setelah Pajak/EAIT (Earning After Interest and Tax)	Rp1.088.383,738	Rp1.326.275,801	Rp1.591.741,078	Rp1.871.335,986

Tabel 11
Laporan Laba Rugi Alternatif 2

Laporan Laba Rugi Alternatif 2				
Tahun	2026	2027	2028	2029
Total pendapatan	Rp3.018.934,800	Rp3.591.585,648	Rp4.186.083,525	Rp4.802.773,143
Beban				
Bahan Baku	Rp1.041.376,216	Rp1.238.911,731	Rp1.415.673,679	Rp1.592.381,670
Listrik	Rp4.249.152	Rp4.334.135	Rp4.420.817	Rp4.509.234
Internet	Rp4.200.000,00	Rp4.284.000,00	Rp4.369.680,00	Rp4.457.073,60
Air	Rp1.086.000,00	Rp1.107.720,00	Rp1.129.874,40	Rp1.152.471,89
Pemasaran	Rp81.661,757	Rp84.240,307	Rp81.661,757	Rp84.240,307
Tenaga Kerja	Rp201.741,323	Rp214.854,509	Rp266.956,727	Rp284.308,915
Habis Pakai	Rp17.088,526	Rp17.508,257	Rp17.358,422	Rp17.437,591
THR	Rp16.811,776,92	Rp17.904,542,42	Rp22.246,393,96	Rp23.692,409,56
Depresiasi	Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50
Total Beban	Rp1.426.506,455	Rp1.606.438,906	Rp1.874.711,056	Rp2.038.473,376
Labar Kotor/EBIT (Earning Before Interest and Tax)	Rp1.592.428,345	Rp1.985.146,742	Rp2.311.372,469	Rp2.764.299,767
Tax (0.5%)	Rp7.962,142	Rp9.925,734	Rp11.566,862	Rp13.821,499
Labar Setelah Pajak/EAIT (Earning After Interest and Tax)	Rp1.584.466,203	Rp1.975.221,009	Rp2.299.815,607	Rp2.750.478,268

Berdasarkan tabel, Alternatif 2 menunjukkan laba bersih (EAT) yang secara konsisten lebih tinggi dibandingkan Alternatif 1 setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan bahwa penambahan toko *offline* mampu meningkatkan profitabilitas usaha meskipun disertai peningkatan beban operasional.

4.4.4 Analisis Kelayakan

Analisis kelayakan dilakukan dengan mencari nilai NPV, PBP, dan IRR. Hasil perhitungan yang telah didapat menyatakan bahwa alternatif 1 untuk Myza.Ina memiliki NVP sebesar Rp4,070,194,487. PBP sebesar 0.95, dan IRR sebesar 131%. Sedangkan pada alternatif 2, Myza.ina memperoleh NPV sebesar Rp4,983,067,968 dengan PBP sebesar 1.61, dan IRR sebesar 71%. Untuk memulai seluruh perhitungan tersebut, perhitungan MARR perlu dilakukan untuk mengetahui nilai pengembalian minimum yang diinginkan oleh pemilik usaha. Pada penelitian ini diketahui nilai MARR yang diperoleh yaitu sebesar 11,55%.

Tabel 12
Analisis Kelayakan Alternatif 1

ALTERNATIF 1					
NPV & PBP		Year			
Period	2025	2026	2027	2028	2029
	0	1	2	3	4
Investasi Peralatan	-Rp6.748,250				
Working Capital	-Rp917,418,884				Rp917,418,884
Earning After Tax		Rp1.088.383,738	Rp1.326.275,801	Rp1.591.741,078	Rp1.871.335,986
Salvage Value					Rp1.343,000
Addback Depresiasi		Rp1.351,313	Rp1.351,313	Rp1.351,312,50	Rp1.351,312,50
Net Cash	-Rp924.167,134	Rp1.089.735,051	Rp1.327.627,114	Rp1.593.092,390	Rp2.791.449,183
p/F Factor	11.55%	1	0.90	0.80	0.72
NPV	-Rp924.167,134	Rp976.902,780	Rp1.066.932,548	Rp1.147.710,194	Rp1.802.816,099
NPV Cumulative	-Rp924.167,134	Rp52.735,645	Rp1.119.668,193	Rp2.267.378,388	Rp4.070.194,487
Interest Rate			11.55%		
NPV			Rp4.070.194,487.04		
IRR			131%		
Payback Period			0.95		

Tabel 13
Analisis Kelayakan Alternatif 2

ALTERNATIF 2					
NPV & PBP		Year			
Period	2025	2026	2027	2028	2029
	0	1	2	3	4
Investasi Peralatan	-Rp24.536,568,00				
Investasi Bangunan	-Rp946,645,000				
Working Capital	-Rp1.422,212,751				Rp1.422,212,751
Earning After Tax		Rp1.584.466,203	Rp1.975.221,009	Rp2.299.815,607	Rp2.750.478,268
Salvage Value					Rp2.293.704,50
Addback Depresiasi		Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50	Rp4.293,704,50
Net Cash	-Rp2.393.394,318,88	Rp1.588.759,907	Rp1.979.514,713	Rp2.304.109,311	Rp4.182.865,973
p/F Factor	11.55%	1	0.90	0.80	0.65
NPV	-Rp2.393.394,318,88	Rp1.424.258,097	Rp1.590.814,661	Rp1.659.947,510	Rp2.701.442,019
NPV Cumulative	-Rp2.393.394,318,88	-Rp969,136,222	Rp621.678,440	Rp2.281.625,949	Rp4.983,067,968
Interest Rate			11.55%		
IRR			Rp4.983,067,968.24		
			71%		
Payback Period			1.61		

4.4.5 Analisis Inkremental

Analisis inkremental dilakukan dengan menyusun *incremental cash flow* antara kedua alternatif investasi. Hasil perhitungan yang telah didapat menyatakan bahwa NPV dari *incremental cash flow* sebesar Rp583,928,880 dan IRR sebesar 28%. Dengan demikian, maka alternatif investasi yang dipilih yaitu alternatif 2 karena NPV positif dan IRR lebih besar dari MARR, sehingga alternatif yang terpilih adalah alternatif dengan investasi yang lebih besar.

Tabel 14
Analisis Inkremental

Analisis Inkremental					
Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
Period	0	1	2	3	4
PW Cost Alternatif 2	Rp2.393.394.319				
PW Benefit Alternatif 2	-	Rp1.588.759.907	Rp1.979.514.713	Rp2.304.109.311	Rp2.754.771.973
PW Cost Alternatif 1	Rp924.167.134				
PW Benefit Alternatif 1		Rp1.089.735.051	Rp1.327.627.114	Rp1.593.092.390	Rp1.872.887.299
Delta PW Cost	Rp1.469.227.185				
Delta PW Benefit		Rp499.024.857	Rp651.887.600	Rp711.016.921	Rp882.084.674
Delta Net Cash	-Rp1.469.227.185	Rp499.024.857	Rp651.887.600	Rp711.016.921	Rp882.084.674
p/f faktor	1	0.896458987	0.803637154	0.7204291487	0.6458351949
NPV	-Rp1.469.227.185	Rp447.355.317	Rp523.882.113	Rp512.237.315	Rp669.681.318
NPV Kumulatif	-Rp1.469.227.185	-Rp1.021.871.867	-Rp497.989.754	Rp14.247.561	Rp583.928.880
MARR			11.55%		
NPV			Rp583.928.880		
IRR Inkremental			28%		

V. VERIFIKASI DAN VALIDASI

Verifikasi dilakukan guna menilai apakah spesifikasi rancangan telah sesuai, dengan tujuan memastikan bahwa hasil yang diperoleh memenuhi parameter yang telah ditentukan untuk pembukaan toko *offline* Myza.Ina. Hasil verifikasi menunjukkan bahwa upah tenaga kerja yang diberikan sesuai dengan UMK Tasikmalaya tahun 2025. *Economic life* peralatan ditetapkan mengikuti PMK 72/2023 dengan masa empat dan delapan tahun. Seluruh indikator investasi, seperti NPV, IRR, dan PBP, memenuhi kriteria kelayakan, di mana NPV > 0, IRR > MARR, dan PBP lebih singkat dari usia investasi. Selain itu, hasil analisis inkremental menunjukkan bahwa alternatif pembangunan toko *offline* layak dijalankan. Seluruh parameter dinyatakan terverifikasi.

Validasi dilakukan dengan memaparkan hasil rancangan kepada pemilik usaha untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan di lapangan. Tujuannya adalah menilai apakah rancangan dapat mendukung pengambilan keputusan terkait perencanaan dan kelayakan toko *offline*. Hasil validasi menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja, kebutuhan modal, serta fasilitas dan peralatan operasional yang direncanakan telah disetujui oleh pemilik Myza.Ina. Seluruh kriteria investasi, seperti NPV, IRR, *Payback Period*, *economic life*, dan analisis incremental juga dinyatakan sesuai. Dengan demikian, rancangan dinyatakan tervalidasi.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis aspek pasar, teknis, dan finansial, dapat disimpulkan bahwa pembangunan toko *offline* Myza.Ina di Kota Tasikmalaya layak untuk direalisasikan. Dari sisi pasar, hasil survei menunjukkan tingginya minat konsumen terhadap produk Myza.Ina, dengan estimasi pasar tersedia yang besar dan potensi pasar sasaran yang menjanjikan. Kehadiran toko *offline* dinilai mampu meningkatkan kepercayaan dan pengalaman belanja konsumen, terutama mereka yang lebih menyukai transaksi langsung. Pada aspek teknis, lokasi toko yang strategis, perencanaan layout yang efisien, serta penambahan sumber daya manusia dan fasilitas penunjang mendukung operasional toko secara optimal. Proses bisnis juga dirancang terintegrasi antara kanal *online* dan *offline*, sehingga meningkatkan efisiensi dan cakupan layanan. Sementara itu, pada aspek finansial, nilai NPV dari *incremental cash flow* adalah sebesar Rp583,928,880 dan IRR sebesar 28%, menunjukkan bahwa secara finansial, pembangunan toko *offline* lebih baik dibandingkan dengan hanya mengandalkan toko *online*.

REFERENSI

- [1] R. D. Hisrich, M. P. Peters, and D. A. Shepherd, *Entrepreneurship*, 10th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2017.
- [2] Sari, R. P., "Strategi Pemasaran UMKM Berbasis Omnichannel dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 45–53, 2021.
- [3] Hidayat, A., & Kurnia, D., "Analisis Kelayakan Usaha UMKM Menggunakan Pendekatan Inkremental," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 78–86, 2022.
- [4] Badan Pusat Statistik (BPS), "Kota Tasikmalaya dalam Angka 2024," [Online]. Available: <https://tasikmalayakota.bps.go.id/>. [Accessed: 25-Jun-2025].
- [5] Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [7] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- [8] Kotler, P. and Armstrong, G., *Principles of Marketing*, 17th ed. New Jersey: Pearson Education, 2018.
- [9] Rangkuti, F., *Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- [10] BPS, "Laporan Statistik Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2024," [Online]. Available: <https://bps.go.id>. [Accessed: 25-Jun-2025].
- [11] Kotler, P. and Keller, K. L., *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [12] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy Report 2023/24," Dubai Economy and Tourism & Salaam Gateway, 202[1] R. D. Hisrich, M. P. Peters, and D. A.
- [13] Mohammad, A.M., Rufianti, A. S., Al Janetha, A. S. T., Hartono, B., Febrianti, D. R., Salsabilla, F. N. N., Faiza, S. F. N., & Prasatika Pribadi, W. D. (2023). Aspek pemasaran, teknis, dan keuangan sebagai peninjauan studi kelayakan bisnis "Lezato Sidoarjo". *Jurnal Ekonomi Manajemen* <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat> dan Akuntansi, 2(1).
- [14] Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV Pustaka Setia.
- [15] Newnan, D. G., Eschenbach, T. G., & Lavelle, J. P. (2012). *Engineering economic analysis* (11th ed.). New York: Oxford University Press.