

ANALISIS SWOT, BISNIS MODEL KANVAS, DAN KELAYAKAN KEUANGAN STUDI KASUS BISNIS AMIGURUMI M's CROCHET

Francisca Hermawan
Petrus Pius Salamin
Meiliana
Unika Atma Jaya Jakarta
Francisca.h @ atmajaya.c.id

ABSTRACT

Amigurumi M's Crochet's business is a craft category in the creative industry. Strength M's Crochet is divided into 3 competencies, core competencies, and resources, while threats emerge from old competitors and products are easy to replicate. The value offered M's Crochet is to sell quality amigurumi, timely delivery and products can be tailored to the wishes of consumers. The target market of M's Crochet is upper middle class society, aged 3+ years, and has an artistic soul. To maintain customer relationships, M's Crochet uses social media (Line, Instagram, Tokopedia, Website, and Email) for product promotion. M's Crochet sales growth increased 3.1 percent per year assumed to be equal to the growth of the creative industry. Based on the financial feasibility calculation, the NPV earned amounted to Rp4.113.019.207.00 indicating that M's Crochet business is feasible to run. Payback period of initial investment for 3.5 months.

Keywords : amigurumi, M's Crochet, boneka rajutan.

PENDAHULUAN

Dalam berita yang dilansir dari Antara News (2013), Asosiasi Pengusaha Mainan Indonesia memprediksi bahwa total kebutuhan boneka di Indonesia mencapai rata-rata 375 juta per tahun, belum termasuk produk yang dipesan untuk *souvenir*/promosi. Oleh karena itu, di dalam negeri membutuhkan setidaknya 2.000 pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) bidang manufaktur boneka agar bisa memenuhi kebutuhan boneka dalam negeri. Amigurumi sebagai bagian dari industri boneka sehingga saya perkirakan juga memiliki peluang pasar yang sama seperti industri boneka.

M's Crochet merupakan sebuah bisnis yang berbentuk perseorangan yang bergerak

di bidang kerajinan, yaitu boneka rajutan (amigurumi). Amigurumi adalah sebuah karya seni merajut atau boneka rajut yang berbentuk hewan-hewan lucu atau makhluk *antropomorfik*. Pembuatan produk amigurumi menggunakan benang katun asli yang tidak berbahaya sehingga aman digunakan oleh konsumen. Produk *M's Crochet* ditujukan untuk masyarakat dari segala umur dan *gender* yang menyukai kesenian dan memiliki rasa peka terhadap keindahan (estetika). Amigurumi yang dihasilkan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis karena dibuat menggunakan tangan oleh tenaga ahli yang terampil dalam merajut sehingga lebih tahan lama, bersifat unik, serta trendi. Kualitas yang diberikan *M's Crochet* dimulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi yang juga

melalui proses pengecekan produk, pengemasan produk, hingga proses pendistribusian langsung maupun tidak langsung kepada konsumen akhir.

Perkembangan Industri Kreatif

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata kenaikan pertumbuhan industri kreatif selama 5 dari tahun 2006-2010 sebesar 3,1 persen. Hal ini juga dipengaruhi oleh ekspor dan impor produk kerajinan tangan Indonesia kepada negara-negara tetangga.

Tabel 1
Indikator Industri Kreatif

INDIKATOR	2006	2007	2008	2009	2010	Rata-rata 5 tahun
Pertumbuhan Industri Kreatif	4,95%	2,73%	-0,50%	2,27%	6,03%	3,10%
Kontribusi Ekonomi Nasional	7,69%	7,42%	6,97%	7,03%	7,29%	7,28%
Jumlah Tenaga Kerja (juta orang)	7,009	7,375	7,624	8,207	8,553	7,75
Partisipasi Tenaga Kerja Nasional	7,34%	7,38%	7,43%	7,83%	7,90%	7,58%
Jumlah Perusahaan (juta perusahaan)	2,576	2,835	3,035	3,225	2,35	3
Nilai Ekspor Industri Kreatif (juta rupiah)	84.840	95.209	114.925	116.651	131.251	108.575
Kontribusi Ekspor Industri Kreatif	9,33%	8,86%	7,52%	10,65%	9,25%	9,12%
Nilai Impor Industri Kreatif (juta rupiah)	6.045	8.077	10.442	15.491	16.262	11.263
Kontribusi Impor Industri Kreatif	1,10%	1,15%	0,82%	1,70%	1,33%	1,22%
Net Trade (juta rupiah)	78.795	87.131	104.483	101.161	144.989	97.312

REVIEW LITERATUR DAN HIPOTESIS

SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisis yang digunakan oleh manajemen perusahaan atau organisasi yang sistematis dan dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan

perusahaan atau organisasi tersebut. Dan analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran) tentang sebuah perusahaan atau organisasi.

Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu melihat sisi – sisi yang terabaikan atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan atau organisasi. Dan analisis ini juga merupakan bentuk instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategis dalam manajemen perusahaan atau organisasi.

BMK

Salah satu perangkat analisis yang bisa membantu kita menemukan model bisnis yang tepat adalah model bisnis kanvas. Menurut Alexander Osterwalder mencoba menjelaskan sebuah framework sederhana untuk mempresentasikan elemen – elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis.

Sembilan elemen penting yang mendukung kemajuan bisnis adalah:

1. *Customer Segments.*

Elemen pertama menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis kita.

2. *Value Propositions.*

Membahas mengenai manfaat atau benefit apa yang akan didapatkan para pelanggan. Hal ini menjadi kesempatan untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis yang dijalankan dengan bisnis yang lain.

3. *Channels.*

Melalui penggunaan channels yang tepat, maka value propositions dapat disampaikan kepada customer *customer segments*.

4. *Revenue Streams.*

Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis.

5. *Custmoer Relationships.*

Membahas tentang jalinan hubungan kita dengan pelanggan. Perlu pengawasan yang ketat dan insentif agar pelanggan bisnis tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

6. *Key Activities.*

Kegiatan yang harus dilakukan untuk menciptakan *value propositions* yang efektif.

7. *Key Resources.*

Semua jenis sumber daya mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan SDM dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

8. *Key Partnership.*

Menjaga hubungan baik dengan para supplier atau tim pemasaran harus diperhatikan.

9. *Cost Structure.*

Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalankan menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian.

Strategi Bisnis

Pertumbuhan bisnis *M's Crochet* setiap tahunnya didasarkan pada rata-rata pertumbuhan industri kreatif selama 5 tahun sebesar 3,10 persen. *M's Crochet* akan menyesuaikan produk amigurumi dengan keinginan konsumen. *M's Crochet* selalu mengutamakan kualitas dan nilai produk yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, *M's Crochet* menjaga kualitas produk yang dimulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi yang juga melalui proses pengecekan produk, pengemasan produk, hingga proses pendistribusian langsung maupun tidak langsung kepada konsumen akhir

Visi dan Misi *M's Crochet*

Visi:

Menjadi produsen amigurumi berkualitas dan berkredibilitas di DKI Jakarta sekitar.

Misi:

- Menghasilkan produk berkualitas yang dimulai dari pemilihan bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen.
- Menyediakan produk yang memiliki variasi bentuk dan warna untuk memenuhi selera konsumen.
- Mengembangkan pasar, dan memperluas pendistribusian melalui toko-toko retailer, agar menjangkau komitmen sebesar mungkin.

M's Crochet melakukan segmentasi pasar dan menggolongkannya ke dalam 3 variabel segmentasi sebagai berikut :

a. Segmentasi Geografis

Amigurumi *M's Crochet* menetapkan segmentasi berdasarkan geografis yaitu kompleks perumahan kelas atas di DKI Jakarta yang merupakan kota metropolitan dengan mobilitas tinggi. DKI Jakarta memiliki 5 kota administrasi yaitu Jakarta Utara, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, dan Jakarta Barat.

b. Segmentasi Demografi

Amigurumi *M's Crochet* menentukan segmentasi demografi berdasarkan jenis kelamin yaitu untuk perempuan untuk usia 3 tahun ke atas.

c. Segmentasi Psikografis

Amigurumi *M's Crochet* menetapkan segmentasi psikografis yaitu konsumen yang memiliki jiwa seni atau artistik dan rasa peka terhadap keindahan (estetika).

Amigurumi *M's Crochet* memposisikan diri dalam benak konsumen sebagai produsen boneka rajutan (amigurumi) yang memiliki kegunaan sebagai gantungan tas, kunci, dan HP; hiasan mobil; pajangan di rumah maupun meja kantor/belajar; maupun sebagai mainan anak-anak, serta memiliki kualitas terbaik dengan mengikuti gaya hidup masyarakat di kota DKI Jakarta dan memiliki siklus hidup produk yang tahan lama.

Model Bisnis Kanvas



Gambar 1

Model Bisnis Kanvas M's Crochet

Model bisnis kanvas *M's Crochet*:

1. Customers Segment

M's Crochet melakukan segmentasi pelanggan berdasarkan geografis, demografis, dan psikografis.

- Segmentasi Geografis ialah kompleks perumahan kelas atas di daerah DKI Jakarta dan sekitar. DKI Jakarta memiliki 5 kota administrasi yaitu Jakarta Utara, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, dan Jakarta Barat.
- Segmentasi Demografis ialah wanita yang berusia 3 tahun ke atas.
- Segmentasi Psikografis ialah peminat boneka rajutan.

2. Value Propositions

M's Crochet menawarkan produk gantungan, hiasan/pajangan serta mainan anak-anak yang berkualitas serta proses pengiriman yang sampai ke tangan konsumen tepat waktu. Selain itu, produk *M's Crochet* merupakan produk *hand made* (buatan tangan) sehingga memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk manufaktur (pabrik). Kami juga melayani produk *custom* sehingga bisa disesuaikan

dengan keinginan konsumen dan perubahan tren yang terjadi di masyarakat. *M's Crochet* juga menggunakan bahan yang berasal dari serat alam serta menggunakan dakron dengan kualitas premium.

3. Channels

M's Crochet akan menggunakan media sosial, mengikuti pameran-pameran, serta melalui toko-toko retail yang sering dikunjungi sebagai saluran untuk menjual produk kepada masyarakat. Penggunaan media sosial dapat mempercepat pengenalan produk karena tingginya penggunaan internet dan *smartphone* di Indonesia. Penjualan juga akan dilakukan secara *personal selling* dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan secara sementara sehingga konsumen dapat mengetahui informasi lebih detail mengenai produk yang ditawarkan. Konsumen juga dapat mendapati produk amigurumi *M's Crochet* di toko-toko retail.

4. Revenue Stream

Sumber pendapatan *M's Crochet* seratus persen berasal dari pelanggan yang membeli produk *M's Crochet* melalui *online*, maupun *offline*.

5. Customers Relationship

M's Crochet menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan melalui media sosial, yaitu *Instagram*, *Line*, *Email*, *Whatsapp*, dan Tokopedia. Melalui *Instagram*, *Line*, dan Tokopedia, *M's Crochet* dapat menampilkan foto-foto varian warna produk serta model produk terbaru. Sedangkan melalui media sosial *Line*, *Whatsapp*, dan *Email* berguna untuk menerima pesanan pelanggan dan memberitahukan para pelanggan mengenai promosi produk.

6. Key Activities

Aktivitas kunci dalam memenuhi target penjualan *M's Crochet* ialah menjual produk amigurumi itu sendiri. *M's Crochet* menjual

produk amigurumi dengan menawarkan berbagai varian warna dan juga bentuk agar konsumen dapat memilih gantungan, hiasan/pajangan serta mainan sesuai dengan keinginan konsumen. *M's Crochet* juga akan melakukan pencatatan laporan keuangan yang akan digunakan sebagai acuan dalam setiap mengambil keputusan bisnis.

7. Key Resources

Yang menjadi sumber daya penting/utama dalam membuat bisnis ini menjadi sukses adalah orang-orang yang berada dalam organisasi ini (sumber daya manusia). *M's Crochet* memilih sumber daya dengan selektif sehingga sesuai dengan kebutuhan organisasi agar terciptanya proposisi nilai. Sumber daya manusia yang dibutuhkan adalah pengrajin yang kreatif, pemasaran, dan keuangan. Selain itu, sumber daya lainnya juga tidak kalah penting untuk menjaga kualitas produk yang sudah dijanjikan kepada konsumen, yaitu peralatan rajut yang terjaga kebersihannya.

8. Key Partnerships

Kemitraan *M's Crochet* yang menjadi penting dalam bisnis amigurumi ini adalah buku amigurumi, pemasok benang, pemasok gantungan kunci, pemasok mata amigurumi, pemasok dakron dan pemasok kemasan produk. Jika salah satu mitra tidak ada, maka bisnis ini tidak dapat berjalan dengan baik.

9. Cost Structure

Besarnya biaya yang ditanggung *M's Crochet*, digunakan untuk memproduksi produk amigurumi. Selain itu, biaya operasional meliputi biaya promosi, biaya produksi, biaya gaji karyawan, biaya *stand*, biaya endorsement, biaya sewa rumah, dan biaya penyusutan peralatan. Tingginya biaya yang dimiliki usaha ini menyebabkan *M's Crochet* harus meningkatkan penjualan sebesar-besarnya untuk menutupi semua biaya.

SWOT *M's Crochet*

Tabel 2

<p style="text-align: center;">IFAS</p>	<p>Strengths (S):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk amigurumi yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. 2. Pengiriman tepat waktu. 3. Memiliki modal yang cukup. 4. Menggunakan bahan baku benang katun asli. 5. Tenaga kerja yang ahli merajut. 	<p>Weaknesses (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis masih baru sehingga belum dikenal oleh masyarakat. 2. Pengetahuan dalam menjalankan bisnis yang masih sedikit. 3. Pembuatan produk yang membutuhkan waktu lebih lama.
	<p>EFAS</p>	<p>Opportunities (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sedikitnya penjual produk amigurumi. 2. Banyak orang yang menyukai barang-barang lucu dan mengandung nilai seni. 3. Produksi boneka di Indonesia masih belum memenuhi kebutuhan masyarakat dalam negeri.
<p>Threats (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing lama yang menawarkan produk sejenis. 2. Produk mudah ditiru. 	<p>Strategi ST: (strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meninimalkan biaya yang dikeluarkan agar harga produk mampu bersaing di pasar. 2. Menambah peralatan merajut yang dibutuhkan. 3. Memperluas jenis bahan yang digunakan dan jenis rajutan yang dijual. 	<p>Strategi WO: (strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gencar dalam menjual produk amigurumi. 2. Memperbanyak SDM yang demi memenuhi kebutuhan boneka dalam bentuk rajutan. <p>Strategi WT: (strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara terus menerus melakukan pemasaran dan promosi agar produk dikenal masyarakat. 2. Meningkatkan jumlah SDM yang terampil agar tercipta kualitas yang diinginkan konsumen dan meningkatkan kuantitas produksi.

Manajemen Sumber Daya Manusia *M's Crochet*



1. Pemilik

Penulis atau pemilik merupakan bagian kepala dari tubuh organisasi *M's Crochet* sehingga kehadiran pemilik sangat penting dalam jalannya sebuah organisasi. Pemilik bertanggungjawab untuk menentukan visi, misi, dan tujuan jangka panjang serta menyampaikannya kepada karyawan. Pemilik juga memiliki kewajiban untuk melakukan perencanaan strategi jangka pendek dan jangka panjang untuk memastikan bisnis dapat berjalan dengan baik. Jabatan sebagai pemilik tidak lepas dari tindakan memimpin dalam mengambil keputusan, mengawasi, mengatur, dan membantu jalannya operasi bisnis. Karyawan juga memiliki andil dalam mengambil keputusan yang kemudian akan didiskusikan dengan pemilik. Tidak berhenti dengan deskripsi pekerjaan di atas, pemilik juga harus bisa memotivasi karyawan-karyawannya agar dapat memberikan performa terbaik. Selain itu, pemilik juga harus mencari dan memesan bahan baku yang hendak dibeli serta mengontrol bahan baku tersebut.

Pemilik merangkap sebagai bagian keuangan dimana deskripsi pekerjaan di bagian ini adalah menentukan target keuangan yang harus dicapai, melakukan pencatatan penjualan barang, merekap bukti pembelian bahan baku, serta melakukan konfirmasi penerimaan uang yang ditransfer maupun secara tunai. Selain itu, pemilik wajib melakukan pencatatan keuangan perusahaan secara teratur dan membuat laporan

keuangan setiap bulannya. Pemilik juga akan merangkap sebagai bagian penjualan dan produksi jika diperlukan.

2. Produksi

Bagian produksi bertugas untuk membuat produk amigurumi yang bervariasi dari segi bentuk dan warna untuk dijual kepada konsumen, serta menciptakan ide baru dari bentuk amigurumi yang di produksi. Bagian produksi bertanggung jawab untuk meningkatkan jumlah produksi. Selain membuat amigurumi, bagian produksi juga bertugas untuk melakukan pengemasan terhadap produk sudah jadi. Bagian produksi juga bertanggung jawab untuk *quality control* untuk setiap produk yang diproduksi dan melakukan kontrol atas persediaan bahan baku dan memberikan laporan kepada pemilik.

3. Penjualan

Bagian penjualan bertanggung jawab untuk memasarkan *M's Crochet* agar dikenal oleh masyarakat dan menjual produk-produk yang sudah di produksi, serta menerima dan melayani pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Jika pesanan secara *online*, maka bagian penjualan harus mengantarkan produk ke jasa pengiriman agar dapat dilakukan proses pengiriman kepada konsumen (seperti JNE, Sicepat, ataupun *Go-send*). Bagian penjualan juga bertugas untuk membantu bagian produksi dalam proses pembuatan amigurumi apabila dibutuhkan dan juga melakukan pengecekan terhadap persediaan produk jadi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan *M's Crochet* adalah studi dokumentasi yang menggunakan data sekunder. Data sekunder yang digunakan adalah SWOT, Bisnis Model Kanvas, dan Kelayakan Keuangan yang terdiri dari perhitungan NPV, dan *Payback Period*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

KEUANGAN M's CROCHET

Tabel 4. Target Penjualan M's Crochet 2018

	Hari Kerja (hari)	Jumlah Penjualan per Bulan (unit)	Jumlah Penjualan per Tahun (unit)	Harga Satuan	Total Pendapatan per Bulan	Total Pendapan per Tahun
Amigurumi :						
Lebah	264	88	1056	Rp 45.000	Rp 3.960.000	Rp 47.520.000
Burung Hantu	264	88	1056	Rp 55.000	Rp 4.840.000	Rp 58.080.000
Jerapah	264	88	1056	Rp 70.000	Rp 6.160.000	Rp 73.920.000
Bebek	264	88	1056	Rp 95.000	Rp 8.360.000	Rp 100.320.000
Naga	264	88	1056	Rp 105.000	Rp 9.240.000	Rp 110.880.000
Bunny	264	4	48	Rp 135.000	Rp 540.000	Rp 6.480.000
Sleepy Doll	264	4	48	Rp 175.000	Rp 700.000	Rp 8.400.000
Kucing	264	4	48	Rp 200.000	Rp 800.000	Rp 9.600.000
Total	264	452	5424		Rp 34.600.000	Rp 415.200.000

Sumber : data diolah

Berdasarkan pada tabel 4 dapat dilihat proyeksi target penjualan *M's Crochet* pada tahun 2018 sebesar Rp415.200.000,00 dengan estimasi hari kerja 264 hari. Hari kerja di dapatkan dari 365 hari di kurangi dengan hari minggu sebanyak 52 hari dan hari besar lainnya. Penulis mengasumsikan bahwa dalam sebulan

M's Crochet mampu menghasilkan 452 unit amigurumi. Banyaknya jumlah amigurumi yang terjual disesuaikan dengan jumlah SDM sebanyak 4 orang. Proyeksi penjualan ini tidak bersifat konstan karena pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia dan jumlah penawaran yang belum cukup untuk memenuhi seluruh permintaan yang diakibatkan dari terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) *M's Crochet*.

Tabel 5. Proyeksi Laba

Proyeksi Laba <i>M's Crochet</i> 2018	
Pendapatan	Rp 415.200.000
Harga Pokok Penjualan	Rp 186.308.331
Pendapatan Kotor	Rp 228.891.669
Biaya Operasional	
Sewa Stand	Rp 36.000.000
Total Biaya Operasional	Rp (36.000.000)
Laba Sebelum Pajak	Rp 192.891.669
Pajak Penghasilan (1%)	Rp (1.928.917)
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp 190.962.752

Sumber : data diolah

Secara berturut-turut harga pokok penjualan dan biaya operasional *M's Crochet* sebesar 186.308.331,00 dan 36.000.000,00. Oleh karena itu, *M's Crochet* dapat memproyeksikan bahwa pada tahun 2018 akan memperoleh laba bersih sebesar Rp190.962.752,00.

Tabel 6. Proyeksi Neraca Akhir

Neraca Akhir		
<i>M's Crochet</i>		
Per 31 Desember 2018		
Aktiva		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp 248.510.151	
Total Aktiva Lancar		Rp 248.510.151
Aktiva Tetap		
<i>Box Benang</i>	Rp 125.500	
Akumulasi Depresiasi <i>Box Benang</i>	Rp (25.100)	
<i>Box Peralatan Rajut</i>	Rp 24.000	
Akumulasi Depresiasi <i>Box Peralatan Rajut</i>	Rp (4.800)	
Gunting	Rp 15.000	
Akumulasi Depresiasi Gunting	Rp (3.000)	
<i>Hakpen</i>	Rp 61.500	
Akumulasi Depresiasi <i>Hakpen</i>	Rp (12.300)	
<i>Stich Marker</i>	Rp 4.000	
Akumulasi Depresiasi <i>Stich Marker</i>	Rp (4.000)	
Jarum <i>Tapestry</i>	Rp 6.000	
Akumulasi Depresiasi Jarum <i>Tapestry</i>	Rp (6.000)	
Total Aktiva Tetap		Rp 180.800
Total Aktiva		Rp 248.690.951
Kewajiban dan Modal Pemilik		
Modal Pemilik (Awal)	Rp 55.799.283	
Laba tahun 2018	Rp 190.962.752	
Utang Pajak	Rp 1.928.917	
Total Kewajiban dan Modal Pemilik		Rp 248.690.951

Sumber : data diolah

Pada neraca akhir, aktiva tetap *M's Crochet* mengalami depresiasi sebesar Rp180.800,00 yang menyebabkan total aktiva *M's Crochet* sebesar

Rp248.690.951,00. Total kewajiban dan modal pemilik bisnis *M's Crochet* sama pada akhir tahun 2018 yaitu sebesar Rp248.690.951,00.

Pada neraca akhir tahun ini, *M's Crochet* mengasumsikan bahwa pajak belum dibayarkan sehingga utang pajak dimasukkan pada bagian kewajiban dan modal pemilik.

Tabel 7. Perhitungan NPV dan *Payback Period*

	Tahun					
	01/01/2018	31/12/2018	2019	2020	2021	2022
Laba Setelah Pajak	Rp -	Rp 190.962.752	Rp 694.501.015	Rp 930.644.122	Rp 1.480.592.016	Rp 1.938.835.190
Penyusutan	Rp -	Rp 55.200	Rp 61.200	Rp 61.200	Rp 61.200	Rp 101.200
Operasional Benefit	Rp -	Rp 191.017.952	Rp 694.562.215	Rp 930.705.322	Rp 1.480.653.216	Rp 1.938.936.390
Nilai Buku	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 164.000
Investasi Aktiva Tetap	Rp (236.000)	Rp -	Rp (40.000)	Rp (10.000)	Rp (10.000)	Rp (210.000)
Modal Kerja	Rp (55.563.283)	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 55.563.283
Net Benefit	Rp (55.799.283)	Rp 191.017.952	Rp 694.522.215	Rp 930.695.322	Rp 1.480.643.216	Rp 1.994.453.673
<i>Discount Factor</i> (6.5%) per 21 Juli 2016 yang diakses pada tanggal 5 Mei 2017		0,93897	0,88166	0,82785	0,77732	0,72988
Present Value		Rp 179.359.579	Rp 612.331.958	Rp 770.475.277	Rp 1.150.938.161	Rp 1.455.713.515
		Rp 4.168.818.490				
Investasi Awal		Rp (55.799.283)				
Net Present Value (NPV)		Rp 4.113.019.207				
Payback Period		3,5 bulan				

Sumber: data diolah : : data

Parameter NPV Hasil perhitungan NPV digunakan sebagai bahan pertimbangan pemilik dalam mengambil keputusan, apakah bisnis layak untuk dijalankan atau tidak. Jika nilai NPV > 0, maka bisnis layak untuk dijalankan. Jika nilai NPV < 0, maka tidak layak untuk dijalankan. Sedangkan parameter *payback periode* menganalisis berapa lama suatu investasi akan kembali. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat diketahui PV selama 5 tahun sebesar Rp4.168.818.490,00 dengan investasi awal sebesar Rp55.799.283,00, sedangkan NPV (*Net Present Value*) yang diperoleh dalam bisnis ini lebih besar dari nol yaitu Rp4.113.019.207,00. Selain itu, jangka waktu pengembalian investasi awal yaitu selama 3,5 bulan. Oleh karena itu, bisnis amigurumi *M's Crochet* layak untuk dijalankan karena akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bisnis *M's Crochet* memiliki bentuk badan usaha perorangan dimana didirikan oleh satu orang pemilik. *M's Crochet* merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang kerajinan yaitu boneka rajutan atau amigurumi. Nilai yang ditawarkan kepada konsumen yaitu menjual produk amigurumi yang berkualitas yang dimulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pengiriman produk hingga sampai ke tangan konsumen. Target pasar yang dituju adalah masyarakat kalangan menengah ke atas, berusia 3 tahun ke atas, dan memiliki jiwa seni. *M's Crochet* juga memiliki rencana penjualan lima tahun ke depan yang bertumbuh sebesar 3.1 persen per tahunnya yang diasumsikan sama dengan pertumbuhan industri kreatif.

Berdasarkan perhitungan laba setelah pajak selama 5 tahun kedepan, dapat disimpulkan bahwa nilai NPV *M's Crochet* sebesar Rp4.113.019.207,00 yang menunjukkan nilai NPV *M's Crochet* > 0 sehingga bisnis Amigurumi *M's Crochet* layak untuk dijalankan. Hasil dari perhitungan *payback period M's Crochet* menunjukkan bahwa jangka waktu yang dibutuhkan dalam pengembalian investasi awal yang dikeluarkan selama 3,5 bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, K.I., Mujiati N., & Utama, M.W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi 1). Yogyakarta: Penerbit PT. Graha Ilmu.
- Gambel, Peteraf, Thompson. (2015). *Essential of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage*. (4th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations Management*. (10th ed.). One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Prentice Hall.
- Howdy. (2012). Konsinyasi: *Solusi Bagi Anda yang Tidak Memiliki Toko*. Diakses tanggal 10 Februari 2017, <http://www.zonabisnis.com>
- Ivancevich, J.M, Konopaske, R., & Matteson, M.T. (2008). *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. (Penerjemah: Gina Gania). Jakarta: Erlangga. (Buku asli diterbitkan 2007)
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2002). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisata Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Prenhallindo. (Buku asli diterbitkan 2002)
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. (Global ed., 14th ed.). United States of America: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (13th ed.). (Penerjemah: Bob Sabran). Jakarta: Erlangga. (Buku asli diterbitkan 2008)
- Margrit, A. (2016). *Kontribusi Ekonomi Kreatif Mulai Aktif*. Diakses tanggal 2 Februari 2017, <http://koran.bisnis.com/read/20161209/430/610663/kontribusi-ekonomi-kreatif-mulai-aktif->
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi itu Gampang untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Rangkuti, F. (2006), *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Heppy. (2013). *Peluang Industri Boneka Indonesia Masih Terbuka Lebar*. Diakses tanggal 17 Februari 2017. <http://www.antaraneews.com/berita/379853/peluang-industri-boneka-indonesia-terbuka-lebar>
- Robbins, S.P, & Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi*. (Edisi 12). (Penerjemah: Diana Angelica, Ria Cahyani, & Abdul

- Rosyid). Jakarta: Salemba Empat. (Buku asli diterbitkan 2007).
- Robbins, S.P., & Coulter, M. (2009). *Management*. (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Prentice Hall.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, A.B., Wijarnako, H., Susanto, P., & Mertosono, S. (2007). *The Jakarta Consulting Group on Family Business*. Jakarta: Publishing Division The Jakarta Consulting Group.
- UU Nomor 3 Tahun 2014. (2014). *Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Yuliani, R. (2013). *Apa yang dimaksud dengan Amigurumi?*. Diakses tanggal 2 Februari 2017. <http://belajarcaramerajut.com/apa-yang-dimaksud-amigurumi.html>