

## ***The Feasibility Of The Namaste 21 Handmade Business Development Program Based Online Store***

### **Kelayakan Program Pengembangan Usaha Namaste 21 Handmade Berbasis Toko Online**

Ayu Putu Juni Antari<sup>1</sup>, Ni Ketut Murdani<sup>2</sup>, I Kadek Widhiantara<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Kewirausahaan, Universitas Mahendradatta, Jl. Ken Arok No 12, Peguyangan, Kota Denpasar

Email: [tariayu023@gmail.com](mailto:tariayu023@gmail.com)

<sup>2,3</sup>Prodi Manajemen, Universitas Mahendradatta, Jl. Ken Arok No 12, Peguyangan, Kota Denpasar

Email: [ketutmurdani91014@gmail.com](mailto:ketutmurdani91014@gmail.com)

Email: [kadekwidhiantara58@gmail.com](mailto:kadekwidhiantara58@gmail.com)

**DOI :** <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.281> , **ISSN :** 2656 – 1298, **e-ISSN :** 2655 – 9838

*Masuk tanggal : 19-08-2023, revisi tanggal : 27-08-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 31-08-2023*

---

### **Abstract**

*The existence of Small and Medium Industries (IKM) is important in efforts to move the wheels of the economy, therefore the Denpasar City Government is increasingly aggressively encouraging the growth and development of IKM. However, these efforts are also often hampered by a number of things, especially the emergence of the Covid 19 pandemic, which has forced IKM players, one of which is the Namaste 21 Handmade business, to be forced to switch to digitization through existing online shop platforms. A feasibility analysis is needed whose results are used to make a decision whether this business is worth developing or not. The purpose of this study is to determine the feasibility of developing online store-based Namaste 21 Handmade in terms of all aspects. This study uses a qualitative descriptive research method using qualitative data analysis techniques to analyze strategic management and non-financial aspects. Meanwhile, quantitative data processing is carried out to analyze financial aspects. The results of this study show that the QSPM method produces several strategies such as: utilizing online stores as media for promotion and sales as well as maintaining product quality and branding to achieve a better state of competitive advantage. Besides that, in terms of legal aspects, based on the results of the analysis, an average score of 2 is categorized into the appropriate category. Market and marketing aspects get an average score of 4.4 with a very decent category. Aspects of management and HR get an average score of 2.75 with a very decent category. The economic and social aspects get an average score of 3.75 with a very decent category. Technical and technological aspects get an average score of 3, with a very decent category. The financial aspect gets an average score of 5 with a very decent category. Thus, in all aspects, the existence of Namaste 21 Handmade based on an online store is considered feasible.*

**Keywords:** *Business Feasibility Study, Online Shop, Small and Medium Industry*

### **Abstrak**

Keberadaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) menjadi penting dalam upaya menggerakan roda perekonomian oleh karena itu Pemerintah kota Denpasar makin gencar mendorong pertumbuhan dan pengembangan IKM. Kendati demikian Upaya tersebut juga seringkali dihambat oleh beberapa hal terlebih munculnya pandemic covid 19 membuat para pelaku IKM salah satunya usaha Namaste 21 Handmade dipaksa beralih ke digitalisasi melalui platform-platform toko online yang ada. Diperlukan analisis kelayakan yang hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan usaha ini layak dikembangkan atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan pengembangan Namaste 21 Handmade berbasis toko online ditinjau dari seluruh aspek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif menggunakan teknik analisis data kualitatif untuk menganalisis

Manajemen strategi dan aspek-aspek non finansial Sedangkan pengolahan data kuantitatif dilakukan untuk menganalisis aspek finansial. Hasil Penelitian ini menunjukan dalam metode QSPM dihasilkan beberapa strategi seperti: memanfaatkan toko online sebagai media promosi dan penjualan serta mempertahankan kualitas dan branding produk untuk mencapai keadaan keunggulan bersaing yang lebih baik. Disamping itu ditinjau dari Aspek Hukum berdasarkan hasil analisis mendapatkan rata-rata skor 2 dipengkategorian masuk kedalam kategori layak. Aspek pasar dan pemasaran mendapatkan rata-rata skor 4,4 dengan kategori sangat layak. Aspek manajemen dan SDM mendapatkan rata-rata skor 2,75 dengan kategori sangat layak. Aspek ekonomi dan sosial mendapatkan rata-rata skor 3,75 dengan kategori sangat layak. Aspek teknis dan teknologi mendapatkan rata-rata skor 3, dengan kategori sangat layak. Aspek keuangan mendapatkan rata-rata skor 5 dengan kategori sangat layak. Dengan demikian secara keseluruhan aspek, keberadaan Namaste 21 Handmade berbasis toko online dinyatakan layak.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan Bisnis, Toko Online, Industri Kecil Menengah

## Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) juga merupakan bagian penting dari perekonomian negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan salah satu sektor industri yang dapat dijadikan tumpuan untuk menciptakan iklim kewirausahaan yang dapat menyerap tenaga kerja. Industri kecil memiliki posisi, potensi dan peran yang strategis dalam mencapai tujuan pembangunan nasional. Menurut Undang - Undang No. 3 tahun 2014 tentang Perindustrian, Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah merupakan salah satu upaya dalam pembangunan industri nasional secara eksplisit mengamanatkan bahwa Pemerintah (Pusat dan/ Pemerintah Daerah) melakukan percepatan penyebaran dan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia melalui perwiliyahan Industri dalam Pasal 14. UU ini mengamanatkan bahwa Pemerintah Daerah berkewajiban untuk mengembangkan potensi daerah yang sesuai dengan konsisi daerah, kearifan lokal, potensi wilayah dan potensi unggulan daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kota Denpasar yang berkedudukan Sebagai ibu kota Provinsi Bali memiliki magnet tersendiri bagi setiap kalangan masyarakat. Sebagai pusat pergerakan sektor ekonomi di Bali, keberadaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) menjadi penting dalam upaya menggerakan roda perekonomian.

Di Kota Denpasar sendiri perkembangan IKM dapat dikatakan produktif lantaran terus mengalami peningkatan, Pemerintah kota Denpasar makin gencar mendorong pertumbuhan IKM dengan mendorong pelaku-pelaku IKM dalam memasarkan produk-produk mereka salah satunya melalui pameran IKM, Pembuatan video konten dan sosialisasi bagi para pelaku IKM. Disisi lain fenomena global yang sempat melanda yakni *Pandemic Covid-19* saat ini Perekonomian di Bali mengalami penurunan, Pertumbuhan ekonomi negatif (11,14%) pada triwulan pertama tahun 2020, dan pada triwulan kedua tahun 2020, perekonomian Bali semakin turun menjadi negatif (10,98%) ([bali.bps.go.id](http://bali.bps.go.id), 2020). Pertumbuhan yang lambat ini disebabkan oleh penurunan tajam pendapatan di sektor pariwisata di Bali. Sejak *Pandemic Covid 19* jumlah wisatawan mancanegara di Bali mengalami penurunan dan kerugian yang diderita Bali sekitar 9,7 triliun rupiah ([baliprov.go.id](http://baliprov.go.id), 2021). Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan salah satu yang mengalami penyusutan pendapatan akibat adanya *Pandemic Covid 19*, hal tersebut karena terdapat kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah yaitu kebijakan pembatasan social berskala besar (PSBB) dan juga adanya pemberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Selain itu langkah tersebut telah menghentikan aktifitas perekonomian,

secara langsung mengalami perubahan permintaan terhadap barang dan jasa yang dijual. Aktifitas perekonomian yang mengalami perubahan secara tiba-tiba dapat membuat masyarakat yang berada dikawasan wisata mengalami gulung tikar (Thaha, 2020)

Sebagaimana yang sudah disebutkan sebelumnya desakan akibat munculnya *pandemic covid 19* membuat para pelaku IKM harus beralih ke digitalisasi untuk tetap memasarkan produk mereka melalui platform-platform toko online yang ada. Hal tersebut mau tidak mau membuat konsumen atau orang-orang pengguna produk mereka juga harus ikut beralih ke digital apabila ingin tetap menikmati ataupun menggunakan produk dari perusahaan-perusahaan tersebut. Hal itu justru mendorong lompatan digital di Pulau Dewata yang membuat Bali mampu mendobrak dominasi provinsi di pulau Jawa dalam peringkat East Ventures Digital Competitiveness Index 2021 (EV-DCI 2021). Laporan East Ventures Digital Competitiveness Index 2021 menunjukkan Bali berada di peringkat ke-4 dalam hal daya saing digital. Salah satu Industri yang beralih mengalihkan segala bentuk marketing dari toko offline ke toko Online adalah Namaste 21 Handmade yakni salah satu usaha kerajinan yang bergerak dibidang aksesoris Tas berbahan dasar alami. Semakin maraknya perkembangan toko-toko online sedikit tidaknya mampu menggeser keberadaan toko fisik dari para pelaku IKM terlebih akibat guncangan pandemi covid 19 yang mengguncang dan memberikan pelajaran bagi para pelaku IKM termasuk Pemilik Namaste 21 Handmade bahwa digitalisasi sangat penting dan berpengaruh bagi perkembangan dan keberadaan dari usaha mereka. Terlebih Pemerintah Kota Denpasar juga turut mendukung pengembangan usaha Kendati demikian Upaya tersebut juga seringkali dihambat oleh beberapa hal oleh karena itu Diperlukan analisis kelayakan yang hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan usaha ini layak dikembangkan atau tidak yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan pengembangan IKM berbasis toko online ditinjau dari seluruh aspek.

Penelitian (Siahaan & Hasibuan, 2021) menyatakan Setiap aspek yang menjadi indikator dalam studi kelayakan bisnis harus memenuhi standar tertentu, namun penilaian tidak hanya dilakukan pada satu aspek saja. Penilaian untuk memutuskan kelayakan harus didasarkan pada beberapa aspek Studi Kelayakan Bisnis, yaitu, Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis/Operasi, Aspek Manajemen & SDM, Aspek Ekonomi, Sosial dan Politik dan Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Rumusan masalah dalam penelitian ini (1) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek hukum (2) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran (3) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek manajemen dan SDM (4) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek ekonomi dan sosial (5) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek teknis dan teknologi (6) bagaimana kelayakan program pengembangan usaha Namaste 21 handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek keuangan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan program pengembangan Namaste 21 Handmade berbasis toko online ditinjau dari seluruh aspek.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif dalam merumuskan kelayakan program pengembangan Namaste 21 Handmade berbasis toko online. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kelayakan pengembangan program

Namaste 21 Handmade berbasis toko online ditinjau dari aspek Hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek sosial dan ekonomi, aspek teknis dan teknologi serta aspek keuangan. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha Namaste 21 handmade. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian bersumber dari laporan penjualan Namaste 21 Handmade. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data kualitatif digunakan untuk menganalisis Manajemen strategi dan aspek-aspek non finansial yang meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek ekonomi dan sosial serta aspek teknis dan teknologi, dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, atau gambar untuk memudahkan pemahaman.

Sedangkan pengolahan data kuantitatif dilakukan untuk menganalisis aspek finansial dengan menghitung *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *internal rate of return* (IRR).

## Hasil Dan Pembahasan

Berdiri diawal tahun 2020 dimana Indonesia pada saat itu masih dilanda oleh *pandemic covid 19* yang menghentikan kegiatan diseluruh sektor yang ada, Ibu Wesley Simanjuntak Mendirikan Usaha yang mulanya memproduksi masker hingga saat ini sudah memproduksi aksesoris tas berbahan alami yang dipadukan dengan unsur budaya bali. Seiring berjalannya waktu terlebih berdiri di masa pandemic membuat Pemilik usaha menggunakan segala macam cara dan strategi dalam menjalankan bisnisnya agar tetap beroperasional dan mendatangkan keuntungan, salah satunya mengalihkan segala bentuk penjualan ke toko online. Kendati demikian didalam menjalankan peralihan ini terdapat beberapa hambatan yang ada dan dilalui oleh pemilik, sehingga dibutuhkan manajemen strategi yang baik sehingga menghasilkan strategi alternatif yang bisa dijalankan oleh pemilik kedepannya.

### 1. Manajemen Strategi

Berdasarkan hasil analisa melalui analisa SWOT didapatkan hasil analisa sebagai berikut:

**Tabel 1. Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>KEKUATAN/ STRENGTH</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk terbaik</li> <li>• Desain dibuat pemilik</li> <li>• Hasil desain aestetik dan unik</li> <li>• Bahan baku alami</li> </ul>	<b>KELEMAHAN/WEAKNES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alat produksi sederhana</li> <li>• Proses produksi tidak stabil</li> <li>• Jumlah SDM terbatas</li> <li>• Produksi dibanyak tempat</li> <li>• Lokasi produksi sempit</li> </ul>
<b>EFAS</b>	<b>PELUANG/OPPORTUNITY</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sasaran pasar yang <i>segmented</i></li> <li>• Selalu diperlukan dalam dunia <i>fashion</i></li> <li>• Adanya produk baru</li> <li>• Dukungan Pemkot Denpasar</li> <li>• Mempunyai toko online</li> </ul>	<b>ANCAMAN/THREAT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Munculnya pesaing baru</li> <li>• Terjadinya perang harga</li> <li>• Kesulitan memperoleh bahan baku</li> <li>• Berkembangnya fashion tas brand mewah</li> <li>• Pengaruh globalisasi</li> </ul>
	<b>STRATEGI SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan kualitas produk</li> <li>• Selalu melakukan inovasi produk baru</li> <li>• Mempertahankan hubungan baik dengan pemerintah</li> <li>• Memanfaatkan toko online sebagai media promosi dan penjualan</li> </ul>	<b>STRATEGI WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pelatihan kepada karyawan baru</li> <li>• Memperluas jaringan kerja sama</li> <li>• Meningkatkan loyalitas pelanggan</li> <li>• Menentukan minimal targeting produksi</li> <li>• Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan</li> </ul>
	<b>STRATEGI ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan daya saing</li> <li>• Mengoptimalkan kualitas produk dan brand</li> <li>• Memperkuat brand produk</li> <li>• Bekerja sama dengan banyak pemasok</li> </ul>	<b>STRATEGI WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi</li> <li>• Memanfaatkan keberadaan competitor untuk meningkatkan kualitas produk</li> <li>• Mengevaluasi hasil produksi</li> <li>• Adanya Kualifikasi tertentu dalam merekrut karyawan.</li> </ul>

Sumber: Data Diolah, 2023

Untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada pada Namaste 21 Handmade maka harus meninggalkan kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dipakai adalah WO (*Weakness Opportunity*) yaitu memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada melalui:

1. Pemberian pelatihan kepada para karyawan baru, dimaksudkan apabila Namaste 21 Handmade mengadakan perekrutan tenaga kerja baru ada baiknya pada tahap awal pelaksanaan kerja dimulai hendaknya para karyawan baru tersebut diberikan pelatihan atau *training* sesuai dengan bidang kerjanya agar nanti bisa menjalankan tugas sesuai dengan *job description* dengan baik.
2. memperluas jaringan kerjasama, untuk mempertahankan keberadaan usaha tetap stabil pemilik usaha maupun manajemen operasional usaha harus memperluas jaringan kerja sama yang sangat diperlukan seperti memperbanyak pemasok bahan baku, meningkatkan hubungan baik dengan pemerintah daerah setempat dan mitra kerja lainnya yang secara tidak langsung akan turut membantu pengembangan usaha ini.
3. meningkatkan loyalitas pelanggan, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan kepercayaan dan memenangkan hati pelanggan yang dimasa mendatang akan memberikan *feedback* positif terhadap keberadaan usaha ini, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan ini sederhananya bisa diciptakan oleh Namaste 21 Handmade melalui pemberian layanan yang baik, dan memperhatikan kepuasan pelanggan dari segi produk yang didapatkan

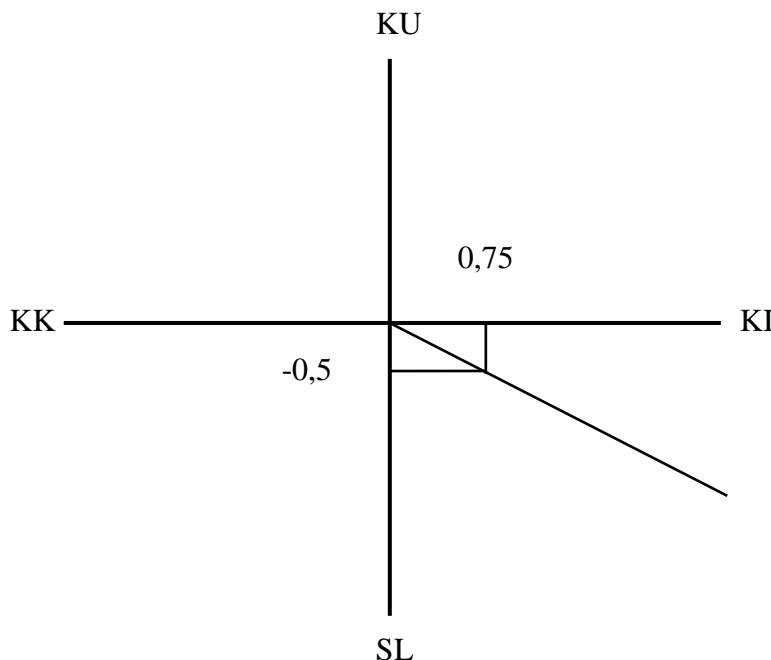
4. melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan dan memanfaatkan toko online agar usaha dan produk-produk Namaste 21 handmade bisa semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Untuk mempertajam analisis, Namaste 21 Handmade dapat menggunakan matrik space tujuannya adalah agar bisa melihat posisi dan arah perkembangan usaha selanjutnya. Space merupakan singkatan dari *The Strategic Position and Action Evaluation Matrix*. Matrik ini dibuat untuk mengetahui posisi usaha sebagai berikut:

**Tabel 2. Space Matriks**

POSISI FAKTOR STRATEGI INTERNAL KEKUATAN KEUANGAN (KU)	RATING	POSISI FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL STABILITAS LINGKUNGAN INDUSTRI (SL)	RATING
Pertumbuhan penjualan	3	Tingkat persaingan	-3
Pertumbuhan pendapatan	3	Perubahan teknologi	-4
Total		Total	
KU=6/2	3	SL =-7/2	-3,5
KEUNTUNGAN KOMPETITIF (KK)		KEKUATAN INDUSTRI (KI)	
Harga bersaing	-3	Pertumbuhan pasar	4
Kualitas produk	-2	Pangsa pasar	4
Daya tahan produk	-2	Kondisi keuangan	3
Loyalitas konsumen	-4	Potensi SDM	3
Total			
KK=-11/4	-2,75	KI=14/4	3,5

Sumber: Data Diolah, 2023

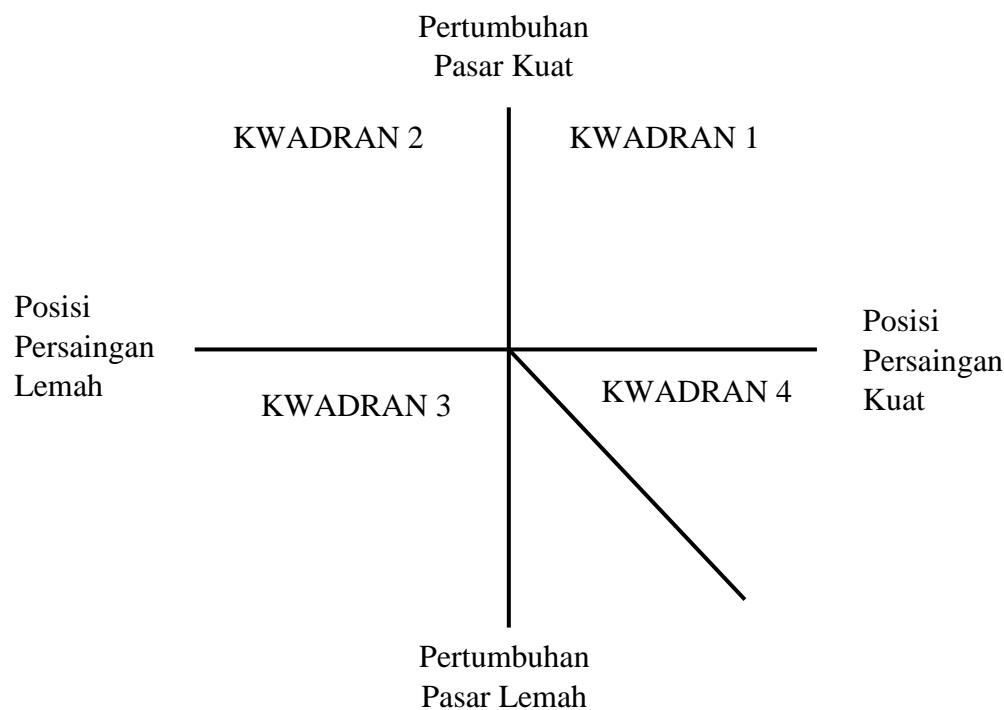


**Gambar 1. Space Matrik** (Sumber: Data Diolah, 2023)

Posisi Namaste 21 Handmade berada pada posisi kwadran competitive dari matrik space hal ini menyatakan bahwa usaha memiliki posisi untuk mengindikasikan strategi kompetitif. Ketika usaha berada pada posisi kwadran competitive maka Strategi kompetitif yang dilakukan adalah dengan melakukan usaha:

1. Integrasi ke belakang, Namaste 21 Handmade senantiasa melakukan evaluasi kebelakang yaitu melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas usaha.
2. Integrasi ke depan, Namaste 21 Handmade melakukan strategi pemasaran atau memperluas wilayah pemasaran.
3. Penetrasi pasar, Namaste 21 Handmade menerapkan strategi perluasan pemasaran melalui penyebaran produk-produk usaha pada toko online serta membuka stand pameran pada event tertentu baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun personal.
4. Pengembangan pasar, yakni meliputi pengembangan produk Namaste 21 Handmade pada daerah baru atau geografis baru.
5. Pengembangan produk, yaitu startegi untuk meningkatkan penjualan produk melalui perbaikan dan modifikasi atau penciptaan jenis inovasi produk baru untuk semakin menarik minat beli masyarakat.
6. *joint venture*, Namaste 21 Handmade mempertimbangkan keberadaan mitra kerja untuk bekerja sama dan mendukung keberlangsungan usaha ini apabila hendak membuat usaha ini semakin berkembang.

Kemudian selanjutnya strategi yang direncanakan dan dianalisa adalah matrik Grand Strategy.



**Gambar 2. Grand Strategy Matrix** (Sumber: Data Diolah, 2023)

Pada matrik Grand Strategy posisi usaha berada pada posisi kwadran 4 dimana posisi ini usaha memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam industri yang tumbuh lambat. Usaha di kwadran 4 memiliki tingkat arus kas yang tinggi dan kebutuhan untuk tumbuh secara internal yang terbatas dan sering kali dapat menjalankan strategi diverifikasi dengan

sukses dan dapat juga menjalankan *joint venture*, dapat mengambil keuntungan dengan mengidentifikasi peluang yang ada. Selanjutnya pencapaian pada tahap akhir strategi, yaitu tahap pengambilan keputusan. Pada tahap ini pengambilan keputusan dari struktur perumusan strategi yaitu melalui metode QSPM Matrix (*The Quantitative Strategic Planning Matrix*).

**Tabel 3. Matriks QSPM**

Urutan	Alternatif	Nilai Tas
1	Memanfaatkan toko online	10
2	Melakukan inovasi produk	9
3	Memperkuat branding produk	9
4	Mempertahankan Kualitas Produk	9
5	Memperluas jaringan kerja sama	8
6	Evaluasi hasil produksi	8
7	Kualifikasi karyawan	7
8	Evaluasi kinerja karyawan	7
9	Mempertahankan hubungan baik dengan pemerintah	6
10	Menentukan targeting produksi	6

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel diatas berdasarkan Total *Attractiveness Score* (Nilai Ketertarikan) yang memberikan nilai untuk masing-masing strategi. Penekanan utama dari strategi alternatif adalah memanfaatkan toko online sebagai media pembantu promosi dan penjualan Namaste 21 Handmade, melakukan inovasi produk, memperkuat dan mempertahankan branding serta kualitas produk untuk mencapai keadaan keunggulan bersaing yang lebih baik, memperluas jaringan kerjasama, perekutan tenaga kerja yang harus dikualifikasikan, dan senantiasa melakukan evaluasi untuk perkembangan usaha Namaste 21 Handmade itu sendiri serta menentukan targeting produksi agar operasioanal produksi berjalan lancar.

## 2. Aspek Hukum

Analisis aspek hukum dalam sebuah studi kelayakan menjadi hal pertama yang harus dilakukan dan diperhatikan dalam menjalakan sebuah bisnis. Berikut ini hasil analisis aspek hukum Namaste 21 handmade sebagai berikut:

**Tabel 4. Skor Kelayakan Kriteria Aspek Hukum**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Adanya nomor izin berusaha	4
2	Adanya nomor pokok wajib pajak	1
3	Adanya izin usaha lainnya yang mendukung keberadaan usaha	1
	Total skor	6
	Rata-rata skor	2

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas Dalam hal legalitas Namaste 21 Handmade telah mempunyai Nomor Ijin Berusaha (NIB) yang didaftarkan sejak maret tahun 2022 oleh pemilik dengan nomor 300322000424. Disamping itu dalam hal urusan nomor poko wajib pajak dan urusan pajak berdasarkan hasil wawancara, karena Namaste 21 Handmade sudah masuk ke UMKM dan telah beralih menjadi kewajiban UMKM terlebih telah menjadi binaan disperindag sehingga untuk usaha mikro dalam hal ini termasuk Namaste 21 Handmade yang berpenghasilan dibawah 500 juta untuk pajak masih 0%. Selanjutnya analisis ini diklasifikasi dalam pengkategorian dan Rata-rata aspek hukum masuk kedalam kategori layak.

### 3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran berkaitan dengan ada tidaknya potensi dan peluang pasar atas suatu produk. Dalam analisis aspek ini akan diperoleh informasi mengenai pangsa pasar dan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dalam menjalankan usaha. Berikut ini hasil analisis pemenuhan kriteria penilaian aspek pasar dan pemasaran:

**Tabel 5. Skor Penilaian Kriteria Aspek Pasar dan Pemasaran**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Tersedianya pangsa pasar	4
2	Keunggulan produk	6
3	Harga jual	4
4	Saluran distribusi	3
5	Toko online	5
	Total skor	22
	Rata-rata skor	4,4

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas Namaste 21 Handmade selalu diminati oleh kalangan masyarakat dan wisatawan. Hal tersebut sebagai tanda tersedianya pangsa pasar di luar daerah dan dipasarkan di Bali, memiliki keunggulan tersendiri dalam setiap produknya salah satunya setiap produk tas yang memiliki nama yang bervariasi dan bentuk tas sesuai dengan kebutuhan, harga produk yang stabil dan terjangkau serta berdaya saing dan mempunyai beberapa platform toko online yang digunakan sebagai media promosi dan penjualan agar lebih bisa meluas. Selanjutnya analisis ini diklasifikasi dalam pengkategorian dan Rata-rata aspek pasar dan pemasaran masuk kedalam kategori sangat layak.

### 4. Aspek Manajemen dan SDM

Analisis aspek manajemen dan SDM bertujuan untuk mengkaji penerapan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*) dalam mencapai tujuan usaha. Berikut ini hasil analisis pemenuhan kriteria penilaian aspek manajemen dan SDM:

**Tabel 6. Skor Penilaian Aspek Manajemen dan SDM**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Adanya Perencanaan	5
2	Adanya pengorganisaian	2
3	Adanya pelaksanaan sesuai <i>job description</i>	2
4	Adanya pengawasan	2
	Total skor	11
	Rata-rata skor	2,75

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Perusahaan Namaste 21 Handmade menyusun tiga jenis perencanaan yaitu perencanaan organisasi, perencanaan produksi, dan perencanaan sumber daya manusia (SDM) hal ini dimaksudkan untuk mendukung operasional perusahaan berjalan sesuai dengan yang diharapkan, dalam hal pengorganisasian dan pelaksanaan job description masih dijalankan dengan manajemen yang sederhana sesuai dengan jumlah karyawan yang ada pada saat ini, dan pengawasan pelaksanaan seluruh operasional masih dilakukan oleh pemilik saja. Selanjutnya analisis ini diklasifikasi dalam pengkategorian dan rata-rata skor aspek manajemen dan SDM masuk kedalam kategori sangat layak.

##### 5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Analisis terhadap aspek ekonomi dan sosial pada Namaste 21 Handmade dilakukan untuk menganalisis keberadaan unit usaha produksi aksesoris tas ini dari sisi pemerintah dan masyarakat sekitar. Unit usaha produksi tas ini dapat berpengaruh secara positif maupun negatif terhadap faktor ekonomi sosial. Berikut ini hasil analisis pemenuhan kriteria penilaian aspek ekonomi dan sosial:

**Tabel 7. Skor Penilaian Kriteria Aspek Ekonomi dan Sosial**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Adanya Peluang peningkatan pendapatan	4
2	Terciptanya kesempatan kerja	5
3	Adanya peningkatan kualitas hidup masyarakat	3
4	Adanya peningkatan toleransi sosial	3
	Total skor	15
	Rata-rata skor	3,75

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, keberadaan unit usaha ini sangat membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat terutama masyarakat yang bekerja di Namaste 21 Handmade sehingga membantu pemerintah dalam hal mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia walaupun dalam skala kecil, memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat, membantu sedikit tidaknya peningkatan kualitas hidup masyarakat walaupun dalam skala kecil serta membentuk toleransi sosial sebagai wujud peduli terhadap sesama manusia. Selanjutnya

analisis ini diklasifikasi dalam pengkategorian dan Rata-rata skor aspek ekonomi dan sosial masuk kedalam kategori sangat layak.

#### 6. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi merupakan analisis aspek yang sangat penting untuk dilakukan hal ini dikarenakan berkaitan dengan operasional perusahaan dalam proses produksi. Berikut ini hasil analisis pemenuhan kriteria penilaian aspek teknis dan teknologi:

**Tabel 8. Skor Penilaian Aspek Teknis dan Teknologi**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Penetapan operasional produksi	5
2	Penetapan lokasi usaha	3
3	Persediaan bahan baku dan peralatan produksi	3
4	Proses produksi produk	3
	Total skor	14
	Rata-rata skor	3,5

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Namaste 21 Handmade sudah memiliki ketentuan dan ketetapan operasional produksi yang seiring berjalanannya waktu dan banyaknya konsumen berubah sesuai dengan permintaan, lokasi usaha dan outlet usaha yang berlokasi di tempat yang cukup strategis, persediaan bahan baku yang memadai akan tetapi penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana dan produksi yang masih dilakukan di banyak tempat. Selanjutnya analisis ini diklasifikasi dalam pengkategorian dan rata-rata skor aspek teknis dan teknologi masuk kedalam kategori sangat layak.

#### 7. Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan Namaste 21 Handmade menggunakan metode NPV, IRR, PI dan PP. Berikut ini hasil analisis pemenuhan kriteria penilaian aspek keuangan:

**Tabel 9. Skor Kelayakan Kriteria Aspek Keuangan**

No	Kriteria Kelayakan	Skor
1	NPV Bernilai Positif	5
2	IRR Bernilai lebih tinggi dari tingkat bunga yang ditentukan	5
3	PI Bernilai lebih dari 1	5
4	PP Sekarang Lebih Kecil dari Umur Investasi	5
	Total skor	20
	Rata-rata skor	5

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, berdasarkan hasil perhitungan Namaste 21 Handmade mempunyai NPV yang bernilai positif sebesar 155.479.810, nilai IRR sebesar 33% lebih besar dari rate Bunga yang ditentukan, nilai PI sebesar 5,9 sehingga PI lebih besar dari 1 dan PP sekarang lebih kecil dari umur investasi yakni 6 bulan 19 hari. Selanjutnya analisis ini

diklasifikasi dalam pengkategorian dan rata-rata skor aspek keuangan masuk kedalam kategori sangat layak.

## Simpulan Dan Saran

Dalam analisis manajemen strategi pada matriks QSPM dihasilkan beberapa strategi seperti: memanfaatkan toko online sebagai media promosi dan penjualan serta mempertahankan kualitas dan branding produk untuk mencapai keadaan keunggulan bersaing yang lebih baik. Disamping itu ditinjau dari Aspek Hukum berdasarkan hasil analisis mendapatkan rata-rata skor 2 dipengkategorian masuk kedalam kategori layak. Aspek pasar dan pemasaran mendapatkan rata-rata skor 4,4 dengan kategori sangat layak. Aspek manajemen dan SDM mendapatkan rata-rata skor 2,75 dengan kategori sangat layak. Aspek ekonomi dan sosial mendapatkan rata-rata skor 3,75 dengan kategori sangat layak. Aspek teknis dan teknologi mendapatkan rata-rata skor 3, dengan kategori sangat layak. Aspek keuangan mendapatkan rata-rata skor 5 dengan kategori sangat layak.

Untuk Pemilik usaha Dalam hal yuridis agar pemilik mempertimbangkan kembali perizinan usaha yang lainnya selain izin usaha yang dimiliki saat ini, memanfaatkan toko online yang dimiliki secara maksimal untuk memastikan posisi usaha Namaste 21 Handmade di persaingan pasar yang stabil, Melakukan penambahan tenaga kerja seiring dengan berkembangnya usaha untuk menciptakan strukturalisasi organisasi yang lebih baik, Menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar, Melakukan peralihan penggunaan peralatan pendukung produksi dari yang masih sederhana ke peralatan yang lebih modern tanpa mengurangi unsur karya produksi handmade, dan Melakukan pengolahan data keuangan yang tepat agar perputaran uang bisa stabil dan membentuk bagian khusus keuangan agar pengolahan keuangan bisa tepat.

## Ucapan Terima Kasih

Rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunianya , penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Penulisan karya ilmiah ini dilakukan bertujuan sebagai tolak ukur pencapaian dari usaha Namaste 21 Handmade yang sudah berjalan agar kedepannya semakin siap mengadapi *business competitor* sehingga keberadaan ini tetap stabil dan bisa semakin berkembang. Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang mendukung usaha ini maka akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. Jurnal Ecodemica, 4(2).
- Bakhri, S. (2020). Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan IKM (Industri Kecil Menengah).

- Dewi, A. H., & Taqi, F. M. (2020). Model Bisnis Kanvas Doc Ayam Kampung Pt Pqr. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM), 6(1), 188-188.
- Fauzan, Y., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2021). Inovasi Model Bisnis UKM Ditinjau dari Berbagai Perspektif. Profit: Jurnal Administrasi Bisnis, 15(1), 43-56.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39).
- Husen Sobana, H. D. (2018). Studi kelayakan bisnis
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital, 1(1), 1-11.
- Irawan, H. T., & Pamungkas, I. (2020). Studi Kelayakan Investasi Perkebunan Kelapa Sawit PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) Kabupaten Aceh Selatan. Jurnal Optimalisasi, 6(1), 40-46.
- Murdani, N. K., & Laksmi, N. P. A. D. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Jasa Desain Grafis dan Digital Printing pada Gede Project Design. Jurnal Ilmiah Satyagraha, 4(1), 1-1.
- Siahaan, S. D. N., & Hasibuan, N. I. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan. Niagawan, 10(2), 143-158.