
ANALISIS KELAYAKAN USAHA JASA TATA RIAS AISYAH MAKE UP DI MAKASSAR

Nuraisyah*¹, Fitriani Latief², Bahrul Ulum³

^{1,2}Institution/affiliation; address, telp/fax of institution/affiliation

³Jurusan Manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

e-mail: *¹nuraisyah@gmail.com, ²fitri@stienobel-indonesia.ac.id, ³bahrul@stienobel-indonesia.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kelayakan rencana investasi untuk pengembangan usaha Aisyah Make Up. Analisa dilakukan secara komprehensif yaitu analisa kelayakan dari sisi non keuangan yang terdiri dari aspek hukum, aspek sosial ekonomi, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek lingkungan, sedangkan analisa secara financial indikator kelayakan diukur melalui nilai *Present value*, *net present value*, *payback period*, *internal rate of return*, *profitability index* dan *average rate of return*. Periode pengukuran yang digunakan sebagai dasar analisa adalah selama 5 tahun, yaitu periode 2022 sampai dengan 2026.

Data penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, alat analisa yang digunakan adalah alat analisa yang khusus digunakan dalam melakukan analisa pada pelaksanaan studi kelayakan bisnis dan dengan menggunakan bantuan fasilitas financial analysis pada program Microsoft excel. Penelitian ini menunjukkan secara non keuangan investasi pada Aisyah Make up layak untuk dilaksanakan begitu pula secara financial hasil analisa data menunjukkan jika investasi layak untuk dilaksanakan.

Kata Kunci: Perencanaan, Studi Kelayakan, Bisnis.

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of an investment plan for the development of Aisyah Make Up's business. The analysis is carried out in a comprehensive manner, namely a feasibility analysis from the non-financial side which consists of legal aspects, socio-economic aspects, market and marketing aspects, technical and technological aspects, management and human resources aspects and environmental aspects, while financial analysis of feasibility indicators is measured by value. Present value, net present value, payback period, internal rate of return, profitability index and average rate of return. The measurement period used as the basis for the analysis is for 5 years, period 2022 to 2026.

The research data used are primary data and secondary data, the analytical tool used is an analytical tool specifically used in conducting analysis on the implementation of business feasibility studies and by using financial analysis facility assistance in Microsoft excel program. This research shows non-financially the investment in Aisyah Make-up is feasible to carry out as well as financially the results of data analysis show that the investment is feasible to carry out.

Keywords: Planning, Feasibility Study, Business

PENDAHULUAN

Penampilan sempurna merupakan hal yang diinginkan setiap wanita, karena penampilan yang sempurna dapat membuat dirinya lebih percaya diri dalam setiap aktivitasnya, hal ini mempengaruhi aktivitas sehari-harinya, wanita yang tampil dengan penampilan terbaik tentunya akan percaya diri dengan apa yang dilakukannya. Penampilan menjadi daya dukung tersendiri bagi setiap orang, disadari atau tidak, penampilan akan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari.

Orang yang tampil maksimal tentu bisa mengeluarkan yang terbaik dalam segala situasi karena menjalani hari-harinya dengan percaya diri, sedangkan orang yang tidak tampil sempurna akan cenderung kurang percaya diri dengan apa yang dilakukannya, karena merasa ada yang kurang. . dari penampilannya dan menjadi beban baginya, sehingga tidak bisa mengeluarkan yang terbaik dalam aktivitasnya sehari-hari.(SILABAN, 2022).

Kesempurnaan penampilan tentu tidak datang begitu saja, setiap orang harus pintar-pintar untuk mempercantik penampilannya. Penampilan itu sendiri dipengaruhi oleh pembentukan sikap dari orang itu sendiri, pembentukan sikap disini mengacu pada cara orang tersebut menyempurnakan penampilannya yang tentunya dipengaruhi oleh pembentukan sikapnya yang juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. lingkungan. Salah satu aspek yang membuatnya tampil sempurna tentunya adalah dari wajah, dan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membuat wajahnya terlihat cantik dan menawan adalah dengan menggunakan make up.

Make up sendiri adalah seni merias wajah atau mengubah bentuk aslinya dengan bantuan alat dan bahan kosmetik yang bertujuan untuk mempercantik dan menutupi kekurangan sehingga wajah terlihat ideal. Make up sendiri hampir memiliki arti yang sama dengan berdandan. Menurut Kamus Besar 3 Bahasa Indonesia(Kbbi, 2016) kata dandan diartikan sebagai mengenakan pakaian dan hiasan serta alat-lat rias, memperbaiki, menjadikan baik (rapi).

Perkembangan make up yang semakin berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman dengan berbagai inovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para penggunanya, kemajuan dalam perkembangan make up membuat berbagai produk dan jenis make up digemari oleh semua kalangan, khususnya wanita yang menggunakan make up dalam kesehariannya yang berguna dalam menunjang penampilannya. Jasa make up artist (MUA) merupakan penyedia jasa tata rias wajah, dengan menutupi kekurangan dan menonjolkan kelebihan yang ada di wajah (Kusumamurti, 2019).

Uraian tentang perkembangan penggunaan make up dan pesatnya pertumbuhan usaha jasa make up menjadi salah satu pendorong bagi Aisyah Make up untuk ikut andil mengambil kesempatan peluang bisnis yang ada sehingga pada tahun 2018 Aisyah makeup mulai merintis usaha dan berjalan dengan cukup baik. Adanya kesempatan yang cukup baik meskipun diimbangi dengan tumbuh kembangnya jasa make up menjadi salah satu pertimbangan penting untuk dapat mengembangkan bisnis make up menjadi lebih baik dan tumbuh menjadi bisnis yang sustain tetu hal ini membutuhkan analisa-analisa yang komprehensif sehingga perlu untuk dilakukan pengujian apakah bisnis make up yang sekarang sedang berjalan memiliki prospek sebagai bisnis yang layak untuk dikembangkan hal ini penting untuk dilakukan karena dalam pengembangan bisnis ini perlu dukungan dari pihak ketiga dalam hal ini perbankkan sehingga perlu meastikan apakha bisnis yang akan dikembangkan dapat memberikan keuntungan yang maksimal sebagai return on investment seperti yang diharapkan oleh lembaga perbankkan.

Studi Kelayakan Bisnis ialah penelitian yang bertujuan untuk memutuskan sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan (Kasmir, 2015). Menurut Subagyo dalam (Suliyanto, 2010), menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan.

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. (Kasmir, 2015). Menurut (Firman⁷) yang dimaksud studi kelayakan bisnis itu adalah suatu kegiatan mempelajari dan meneliti secara sungguh-sungguh segala macam data dan informasi yang berkenaan dengan suatu kegiatan bisnis, dan selanjutnya data dan informasi itu dihitung dan dianalisis dengan suatu metode tertentu yang biasa dipakai dalam penelitian bisnis.

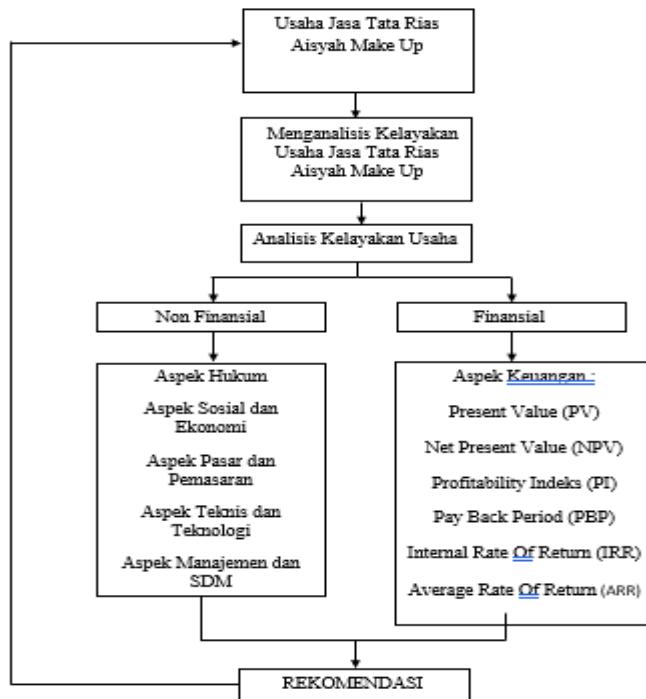
Menurut (Nurmalina et al., 2018) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Studi kelayakan bisnis merupakan pertimbangan awal yang harus dilakukan sebelum menjalankan usaha dan untuk mengontrol kegiatan operasional agar mendapatkan keuntungan yang maksimal (Hidayat, 2021).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui layak tidaknya pengembangan bisnis yang akan dilakukan oleh “Aisyah Make Up” Di Makassar yang saat ini telah beroperasi dalam penyediaan jasa make up dengan nama “Aisyah Make Up”. “Aisyah Make Up” berdiri sejak tahun 2018 dimana pelaku jasa ini dilakukan dengan mendatangi rumah klien atau di tempat yang sudah ditentukan sebelumnya. “Aisyah Make Up” adalah penyedia jasa rias atau yang biasa disebut MUA, dengan cara mendandani. Jasa MUA saat ini dianggap sangat diperlukan dimasyarakat karena banyak acara yang mengharuskan memakai Make Up seperti acara wisuda, pre-wedding, pemotretan, fashion show, pernikahan hingga berbagai acara formal maupun non formal lainnya. Karna memiliki peluang besar untuk menarik konsumen pada wilayah usahanya. Adapun omset saat ini yang mampu dicapai setiap bulannya oleh “Aisyah Make Up” yakni sekitar ± 50 klien / Bulan atau sekitar ±Rp. 10.000.000,-/Bulan. Harga tersebut belum termasuk akomodasi, transportasi, dan konsumsi jika merias diluar kota

Fakta di atas menunjukkan bahwa kebutuhan Make Up untuk wilayah pangsa pasar dari Aisyah Make Up sangat besar hingga mencapai ± 2 klien/hari. Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dan *owner* Aisyah Make Up, rata-rata tiap orang membutuhkan riasan make up pada saat acara tertentu. Di karenakan keinginan wanita untuk mempercantik diri melalui rias sangat tinggi namun tidak semua orang dapat merias dirinya sendiri dengan baik dan sempurna.oleh sebab itu mereka mengandalkan jasa MUA. Hal inilah dijadikan sebagai alat ukur kebutuhan konsumen di lapangan..

Omset seperti di atas tidak dicapai semudah membalikkan telapak tangan tetapi melalui usaha yang tidak mudah karena harus menjaga hubungan baik kepada para konsumen juga menjaga kualitas produk yang diproduksi. Berdasarkan wawancara antara peneliti dan *owner* peluang untuk “Aisyah Make Up” rata-rata tiap orang membutuhkan jasa Make Up pada saat acara tertentu misalnya acara pernikahan,sekitar 1-10 dalam satu acara. Itu dijadikan sebagai alat ukur kebutuhan konsumen di lapangan. Maka rencana ke depan setelah diadakan studi kelayakan bisnis ini diharapkan “Aisyah Make Up” dapat berkembang dan bisa mendirikan bisnis *Wedding Organizer*. Serta membuka lapangan pekerjaan pada wilayah usahanya. tetapi masih dalam ruang lingkup pasar yang dimiliki sekarang agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen juga lebih memperluas lagi pangsa pasar yang sudah dimiliki sekarang.

KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber. Sumber (Khamil, 2021). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung untuk mendapatkan data-data faktual yang ada di AISYAH Make Up.

Dalam penelitian Teknik pengolahan data cara yang digunakan untuk mengolah data dari penelitian ini ialah menggunakan teknik analisis kualitatif, dan analisis kuantitatif. Analisis Kualitatif pada penelitian ini ialah suatu analisa yang membahas kelayakan suatu perusahaan, yang di mana analisis ini berlandaskan dengan teori yang dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan dengan mengadakan pengujian kelayakan pada bidang legalitas perusahaan, organisasi & manajemen, sosial & ekonomi, pasar & pemasaran, lingkungan, dan teknis & teknologi suatu perusahaan sedangkan analisis kuantitatif kita akan menganalisis keadaan Aspek Keuangan perusahaan dengan cara menguji nilai kelayakan dari Present Value (PV), Net Present Value (NPV), Pay Back Period (PBP), Internal Rate of Return (IRR), Average Rate of Return (ARR).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kualitatif

Analisis Aspek Hukum

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa Aisyah Make Up telah memiliki dokumen-dokumen legal yang disyaratkan. Dengan legalitas tersebut maka Aisyah make

Up dapat beroperasi dengan memiliki kekuatan hukum serta memiliki akses legal dalam pembiayaan yang melibatkan pihak ketiga yaitu perbankan sehingga dapat disimpulkan Aisyah Make UP layak beroperasi secara legal

Aspek Sosial dan Ekonomi

Analisa dari sisi ekonomi dilaksanakan untuk mengetahui kondisi perekonomian di Kota Makassar, apakah indikator-indikator ekonomi yang ada kondusif dan mendukung untuk pengembangan usaha Tata Rias terkait hal tersebut indikator-indikator perekonomian Kota Makassar menunjukkan data-data sebagai berikut:

Lap Usaha PDRB (New)	PDRB ADHK Kota Makassar Menurut Lapangan Usaha (2016-2020) (Juta Rupiah)				
	2016	2017	2018	2019	2020
	Tahunan	Tahunan	Tahunan	Tahunan	Tahunan
R,S,T,U-Jasa lainnya	3 402 179,41	3 809 427,25	4 470 399,45	5 067 504,00	4 432 414,10

Gambar 2. PDRB Kota Makassar

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2022)

Saat ini AISYAH Make Up sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar lokasi usaha, hal ini terutama karena keberadaan Aisyah Make Up yang sudah beroperasi kurang lebih 4 tahun pada lokasi yang sekarang menjadi alamat dari Aisyah Make Up. Masalah sosial dari keberadaan Aisyah Make Up lebih pada penerimaan masyarakat atas keberadaan usaha ini, Dengan adanya Aisyah Make Up yang beroperasi secara modern maka lingkungan sosial pada lokasi usaha menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas karena konsumen yang datang bukan hanya dari wilayah lokasi usaha namun juga dari wilayah lain yang kemudian kehadirannya dapat memperluas interaksi sosial masyarakat yang diharapkan saling menguntungkan, Untuk menjaga interaksi sosial yang baik maka dari Aisyah Make Up menyediakan tempat parkir yang baik dan tidak mengganggu serta menyediakan tempat tunggu yang cukup memadai agar tidak terkesan berantakan yang akan menimbulkan permasalahan interaksi secara sosial.

Upaya-upaya untuk mengedepankan interaksi sosial yang baik menjadikan penilaian masyarakat terhadap usaha yang dijalankan oleh AISYAH Make Up juga sangat baik, apresiasi tersebut karena keberadaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat maka terdapat simboisis mutualisme anatar usaha ini dengan masyarakat yaitu dengan citra usaha yang baik akan meningkatkan citra lingkungan di mana usaha beroperasi dan semakin kondusif lingkungan maka akan semakin kondusif juga bagi perkembangan usaha.

Dampak Ekonomi

1. Even atau WO (wedding organizer).

Bekerja sama dengan WO (wedding organizer) atau berkolaborasi, sehingga akan memperkuat jaringan terhadap usaha AISYAH Make Up. Sehingga tidak kesulitan dalam mencari klien, hanya menunggu kabar dari pihak wedding organizer yang sudah bekerjasama dengan AISYAH Make Up.

2. Semakin berkembangnya Usaha maka akan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat bekerja, meskipun tenaga kerja yang digunakan tidak cukup banyak namun keberadan usaha Aisyah Make Up setidaknya telah ikut membantu membuka lapangan kerja meskipun masih sangat terbatas

Berdasarkan dari data-data serta fakta- fakta empiris di lapangan maka dilihat dari factor sosial dan ekonomi pengembangan Aisyah Make Up memiliki dasar yang kuat untuk dapat dilaksanakan bahkan jika perkembangannya tersebut dapat berjalan sesuai

dengan yang diharapkan dalam artian pemilik mampu untuk menerjemahkan dukungan ekonomi dan sosial dalam perspektif pengembangan bisnis dengan tepat maka keberadaan Aisyah Make up dapat menjadi economic driver yang kuat pada daerah operasi usahanya.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran sangat bergantung pada klien yang berperan sebagai pengguna atau sebagai penentu terjual atau tidaknya suatu produk maupun jasa. Jumlah klien dapat kita lihat dari berapa banyak masyarakat yang berada diwilayah tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah pelaku konsumtif yang di sebut sebagai konsumen atau klien, semakin bertambah jumlah masyarakat, maka semakin bertambah pula jumlah konsumen.

Konsumen dan Permintaan Pasar

Berdasarkan data BPS Sulawesi Selatan perkembangan jumlah penduduk Kota Makassar terus meningkat setiap tahunnya berikut sampel dari tahun 2016 hingga 2020:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kota Makassar

Tahun	Jumlah Penduduk
2016	1.469.601
2017	1.489.011
2018	1.508.154
2019	1.526.677
2020	1.545.373

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk di Kota Makassar semakin meningkat tiap tahunnya. Seiring berkembangnya jumlah penduduk di Kota Makassar menjadikan konsumsi publik semakin banyak, dan menjadi dampak positif terhadap para produsen. Terlebih pada jasa tata rias, karena merias merupakan suatu bentuk seni untuk meningkatkan tampilan wajah dengan bantuan bahan dan alat kosmetik menjadi lebih sempurna. Pengaplikasian tata rias pada individu, terutama perempuan dewasa menjadi semakin penting. Selain sebagai kebutuhan pribadi, riasan wajah juga merupakan tolak ukur profesionalitas perempuan. Hal ini sekaligus menjadi tolak ukur kelayakan pada aspek pasar dan pemasaran penelitian ini.

Tentu data pertumbuhan penduduk menjadi data yang sangat penting bagi produsen karena tingkat pertumbuhan tersebut menjadi indicator dari terbukanya pasar dan pangsa pasar yang baru yang didalamnya terdapat kesempatan untuk menjadikan pasar tersebut menjadi pasar potensial yang masuk dalam strategi segmentasi positioning dan targetting yang menjadi analisa pasar yang sangat penting bagi seluruh pelaku usaha

Permintaan Pasar

Permintaan merupakan reaksi yang terjadi terhadap Jasa Make Up yang ditawarkan kepada pasar atau klien. Perkiraan permintaan akan kebutuhan produk pada masa mendatang perlu terlebih dahulu dikaji ulang kecenderungan permintaan produk tersebut pada masa lampau dan masa sekarang. Terkait dengan data pasar pada Aisyah Make Up melalui data yang dikumpulkan berupa data kualitatif dan kuantitatif menunjukkan terjadi kenaikan permintaan sebanyak 10 %, untuk itu data tersebut juga diggunakan sebagai dasar penentuan asumsi bagi kenaikan pendapatan pada tahun-tahun yang akan datang. Berikut adalah tabel proyeksi permintaan Jasa Make Up:

Tabel 2. Proyeksi Permintaan Jasa Make Up pada Aisyah Make Up

Periode	Qty (set)
2022	258
2023	384
2024	425
2025	467
2026	514

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan yang dimiliki oleh Aisyah Make UP meningkat setiap tahunnya. Permintaan yang terus meningkat ini didukung oleh jumlah penduduk yang berperan selaku konsumen atau klien. Hal ini dapat kita buktikan pada Tabel 2 Ini menjadi suatu acuan untuk terus mengembangkan usaha Jasa Make Up.

Pesaing

Dalam menjalankan suatu usaha pesaing adalah hal yang pasti akan kita temui, karena semakin banyak pesaing dalam suatu usaha, maka semakin terlihat kualitas dari usaha tersebut.

Tabel 3. Data Jasa tata rias di Wilayah Barombong

Nama Mua	Alamat Mua	Pangsa Pasar	Perkiraan Penjualan
AISYAH Make Up	Jalan Permandian Alam No. 51	Barombong, Tamalate, galesong, pallangga.	± 2 klien/Hari
Icshyr Make Up	Jalan Tamannyeleng	Barombong, Tamalate, pallangga	± 2klien/Hari
Salon hans	Jalan poros Barombong	Barombong, Tamalate, pallangga	± 1 klien/Hari
Balla Pamode	Bontomanai	Barombong, Tamalate, galesong, pallangga	± 1 klien/Hari

Sumber: Penulis

Tabel di atas menunjukkan bahwa persaingan usaha ini hampir merata, di samping persaingan yang ketat, usaha ini memiliki permintaan yang terus meningkat tiap waktunya dikarenakan konsumen yang terus meningkat selaras dengan meningkatnya jumlah penduduk. Karena permintaan yang terus meningkat pada jasa tata rias, menyebabkan pengembangan sangat layak dilakukan untuk jasa Make Up.

Berikut keunggulan Aisyah Make Up dibandingkan para pesaing yang berada pada wilayah operasi yang sama:

- Keunggulan dari Aisyah Make Up dibanding para pesaing terletak pada Lokasi Usaha yang sangat strategis dimana lokasi dari Aisyah Make Up terletak bersebelahan dengan indomaret. Hal ini menjadi salah satu keunggulan dari AISYAH Make Up selain Kualitas dan Produk yang digunakan.
- Kualitas produk dari Aisyah Make Up sangat dijaga demi menciptakan Riasan dan memberikan kenyamanan para pelanggan, serta tehnik yang berbeda yang dilakukan Aisyah Make Up dengan memberikan produk yang sesuai pada jenis kulit, pengaplikasian produk, urutan penggunaan produk, dan jenis produk yang digunakan. Selalu menjaga kebersihan alat dan bahan pada saat mendandani klien. Selain menjaga kualitas dan skill juga dijadikan sebagai ajang promosi yang sangat kuat untuk mengalahkan para pesaing.

- c. Tema/look dari Aisyah Make Up menyediakan jenis riasan yang berbeda, dengan menyesuaikan acara maupun dengan request para klien sesuai yang diinginkan. Ada beberapa jenis riasan yg disediakan Aisyah Make Up, Standart look, Premium dan Make up wedding. Perbedaan Standart look dan Premium adalah Standart look dipilih untuk klien yang suka natural, bisa digunakan di acara formal maupun non formal, tidak bisa *request* make up yang lebih *bold*. Premium look bisa memilih natural atau *bold* make up, boleh untuk make up Mappetuada/wisudah/party/Dll, bebas *request* yang di inginkan.

Pemasaran dan Promosi

Strategi yang digunakan oleh Aisyah Make UP untuk meraut pangsa pasar yang Perusahaan inginkan yaitu dengan melakukan sebagai berikut:

1. Memanfaatkan Media Sosial
Dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu penunjang dalam berinteraksi dengan konsumen serta berpotensi menarik calon klien. Dengan cara membagikan postingan portofolio hasil jasa makeup di media sosial dengan website resmi AISYAH Make Up. Dengan begitu mereka akan melihat kualitas Make Up dan mengunjungi akun AISYAH make up. Selanjutnya, Memberikan caption dan hashtag yang relevan, agar memudahkan mencari hasil Make Up dari Aisyah Make Up
2. Menjaga Relasi dengan Klien
Menjaga relasi dengan klien dalam pekerjaan maupun diluar pekerjaan. AISYAH Make selalu menjaga hubungan dengan klien dengan menyimpan kontak mereka agar selalu terhubung, dan sesekali membuka obrolan dengan klien pada saat melakukan tahap pengerjaan make up, agar situasi tidak terasa canggung. Hal ini dilakukan agar Aisyah Make Up selalu diingat oleh mereka. Jadi ketika mereka membutuhkan jasa MUA atau merekomendasikan MUA, mereka akan mengingat Aisyah Make Up. Seperti kata Bubah Alfian, “semakin banyak relasi, semakin banyak peluang terbuka.
3. Penetapan Tarif Jasa Yang Menarik dan Bersaing
Penetapan jasa AISYAH Make UP dikatakan menarik dan dapat bersaing karena menyediakan jenis riasan yang berbeda serta tarif harga, dari standar ke premium hingga acara wedding untuk menyesuaikan permintaan dan *budget* klien. antara lain standart look memiliki tarif harga 150.000/orang sedangkan premium dengan tarif harga 250.000/orang.

Lokasi Perusahaan

AISYAH Make Up berlokasi di Jln.Pemandian Alam No. 51 Makassar. Di karenakan lokasi tersebut memudahkan mencari produk di area berproduksi hampir setiap saat dapat tersedia. Di samping itu lokasi perusahaan berada dekat dengan lokasi pusat perbelanjaan yang memiliki pangsa pasar yang sangat banyak dan siap untuk dilayani.

Layanan Unggulan

Aisyah Make up selalu berusaha untuk memberikan layanan terbaik yang dimaksudkan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen, untuk itu Aisyah Make Up selalu berusaha mencermati serta menghindari permasalahan hasil make up yang mengakibatkan munculnya makeup yang luntur, cakey, cracking, creasing, atau wajah terlihat mengkilat akibat produksi minyak berlebih maka komitmen untuk memberikan kualitas hasil make up Aisyah Make up selalu terus mengupdate hal hal terkait dengan dasar-dasar dalam *Make up*. Seperti jenis *make up*, *make up Tools*, dan cara pakainya, pemilihan warna atau *shade* sesuai warna kulit, tehnik pengaplikasian

produk, urutan penggunaan produk, dan jenis kulit dan jenis produk. Hasilnya pelanggan baru terus meningkat dan dan pelanggan tetap yang dikategorikan sebagai loyal pelanggan juga terus bertambah

Dari seluruh uraian tentang pasar dan pemasaran terlihat jika Aisyah Make Up berada pada jalur yang benar dalam pengembangan usahanya, perhatian terhadap kompetitor yang sangat ketat dengan meningkatkan awareness terhadap kualitas hasil make up menjadi strategy yang tepat dan sesuai dengan teori jika pelanggan akan bertahan dengan mempertimbangkan kualitas produk yang terus meningkat, dari fakta-fakta tersebut maka dari sisi pasar dan pemasaran Aisyah Make up layak untuk dapat dikembangkan sebagai usaha yang lebih besar di masa masa yang akan datang

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

AISYAH Make Up memiliki pengaturan pada manajemen SDM yang jelas. Owner sebagai jasa make up, admin dan karyawan saling membantu untuk menjalankan proses usaha.

1. Susunan pengurus
Owner : Nuraisyah
2. Sumber Daya Manusia
Admin : 1 Orang
Karyawan : 2 Orang

AISYAH Make Up dikelola secara mandiri namun untuk tujuan ke depan akan meningkatkan daya saing manajemen untuk mengadakan ekspansi lokasi usaha dan penambahan karyawan.

Dari sisi organisasi operasional Aisyah Make up telah dilaksanakan sesuai dengan kaidah organisasi yaitu terdapat pimpinan dan tenaga operasional serta spesifikasi tanggungjawab pelaksanaan tugas yang sesuai dengan kaidah operasional organisasi, tentunya ini menjadi dasar yang baik jika Aisyah Make up dapat dikembangkan dengan lebh baik di masa masa yang akan datang.

Aspek Kuantitatif

1. Aspek Keuangan

Tabel 4. Initial Investasi Jasa Aisyah Make Up

NO	Investasi	Total Biaya
1	Perijinan	Rp 500.000
3	Biaya Sewa	Rp 24.000.000
4	Peralatan Make Up	
	Meja Rias	Rp 4.000.000
	Tolls Case	Rp 3.000.000
	Kamera	Rp 6.000.000
	Ring Light	Rp 3.500.000
	Laptop	Rp 9.000.000
5	Perlengkapan Kantor	Rp 15.000.000
	Kebutuhan Kas Awal	Rp 17.000.000
	TOTAL INVESTASI	Rp 82.000.000

Sumber : Data Hasil Penelitian

Melalui data tersebut diatas dapat dilihat bahwa kebutuhan total investasi untuk melakukan pengembangan Aisyah Make Up adalah sebesar Rp.82.000.000.- (Delapan Puluh dua Juta Rupiah). Kebutuhan Investasi sebesar nilai tersebut dipenuhi dengan dua

komponen pembiayaan yaitu sebesar 72.000.000 (Tujuh Puluh Dua Juta Rupiah) dipenuhi melalui modal pinjaman Perbankan, dan 10.000.000 juta dipenuhi melalui penambahan Modal Pribadi.

2. Proyeksi pendapatan

Tabel 5. Proyeksi Pendapatan Jasa Aisyah Make Up 2021-2025

Deskripsi	T a h u n				
	2021	2022	2023	2024	2025
Penjualan	96.600.000	163.900.000	213.900.000	251.500.000	291.750.000
HPP	(47.100.000)	(79.360.000)	(103.000.000)	(120.810.000)	(139.470.000)
Laba Kotor	49.500.000	84.540.000	110.900.000	130.690.000	152.280.000
Biaya-biaya	(14.800.000)	(15.979.000)	(17.266.870)	(18.674.226)	(301.086.585)
EBIT	34.700.000	68.561.000	93.663.130	112.015.773	132.067262
Penyusutan	(5.100.000)	(5.100.000)	(5.100.000)	(5.100.000)	(5.100.000)
Pajak	(9.660.000)	(16.390.000)	(21.390.212)	(25.150.000)	(29.175.000)
Bunga	(7.096.109)	(4.208.219)	(1.320.328)	-	-
EAIT	12.843.890	42.862.780	65.822.801	81.765.773	97.792.262

Sumber : Data Hasil Penelitian

Tabel diatas adalah proyeksi keuangan Aisyah Make Up untuk lima tahun dimulai dari tahun 2021 sampai dengan 2025. Dari data tersebut terlihat kenaikan pendapatan rata-rata pertahun untuk tiga tahun terakhir adalah sebesar 21.83% dari proyeksi pada 5 Tahun Pertama menghasilkan nilai EAIT yang terus meningkat hal ini menunjukkan optimisme jika ke depan Aisyah Make up memiliki prospek bisnis yang cukup bagus.

3. Analisis Proyeksi Nilai Present Value Aisyah Make Up

Tabel 6. Present Value Investasi Aisyah Make Up

Tahun	EAIT	Depresiasi	Proceed	PV
Investasi				82,000,000.00
1	12,843,890.41	5,100,000.00	17,943,890.41	Rp16,021,331.62
2	42,862,780.82	5,100,000.00	47,962,780.82	Rp38,235,636.91
3	65,822,801.23	5,100,000.00	70,922,801.23	Rp50,481,451.44
4	81,765,773.90	5,100,000.00	86,865,773.90	Rp55,204,772.75
5	97,792,262.12	5,100,000.00	102,892,262.12	Rp58,383,836.38
	Total NPV			Rp218,327,029.09

Sumber: Data hasil analisis

Dari tabel diatas terlihat bahwa proyeksi nilai *Present Value* Investasi Aisyah Make Up selama 5 tahun menghasilkan nilai *Present Value* yang positif sebesar Rp.218.327.029.- (Dua ratus delapan belas juta tiga ratus dua puluh tujuh ribu dua puluh Sembilan rupiah). Standar penilaian *Present Value* untuk dikatakan layak adalah bernilai positif dengan demikian hasil tersebut diatas menunjukkan nilai *Present Value* yang layak bagi investasi pengembangan Aisyah Make up

1) Analisis Proyeksi Nilai Net Present Value Aisyah Make Up

Tabel 7. Net Present Value Investasi Aisyah Make Up

Tahun	EAIT	Depresiasi	Proceed	PV
Investasi				82,000,000.00
1	12,843,890.41	5,100,000.00	17,943,890.41	Rp16,021,331.62
2	42,862,780.82	5,100,000.00	47,962,780.82	Rp38,235,636.91
3	65,822,801.23	5,100,000.00	70,922,801.23	Rp50,481,451.44
4	81,765,773.90	5,100,000.00	86,865,773.90	Rp55,204,772.75
5	97,792,262.12	5,100,000.00	102,892,262.12	Rp58,383,836.38
	Total NPV			Rp218,327,029.09
	NPV			Rp136,327,029.09

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai proyeksi *Net Present Value* investasi Aisyah Make Up selama 5 tahun kedepan adalah sebesar Rp.136.327.029.- (Seratus tiga puluh enam juta tigaratus dua puluh tuju duapuluh Sembilan rupiah). Standar penilaian terhadap *Net Present Value* agar dikatakan layak adalah bernilai positif dengan demikian hasil di atas menunjukkan bahwa Aisyah Make Up layak untuk mengadakan pengembangan usaha jika dilihat dari hasil perhitungan proyeksi *Net Present Value*.

2) Analisis Proyeksi Perhitungan Nilai Internal Rate of Return

Tabel 8. Proyeksi Internal Rate of Return Aisyah Make Up

Tahun	Proceed	DF 51	DF 52
1	17,943,890	11,883,372	11,805,192
2	47,962,781	21,035,386	20,759,515
3	70,922,801	20,599,424	20,195,525
4	86,865,774	16,708,634	16,273,253
5	102,892,262	13,106,841	12,681,331
PV		83,333,656	81,714,816
INVESTASI		82,000,000	82,000,000
NPV		1,333,656	(285,184)

Sumber : Hasil Data Analisis

Berikut adalah perhitungan secara matematis untuk mendapatkan nilai *Internal Rate of Return* :

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Dimana

- P1 = % DF pada NPV plus
- P2 = % DF pada NPV minus (pertama/terdekat)
- C1 = Nilai NPV plus
- C2 = Nilai NPV minus (pertama/terdekat)

$$IRR = 52 - 1.333.656 \times \frac{53 - 52}{-285.184 - 1.333.656}$$

$$IRR = 52 - 1.333.656X \frac{1}{-1.618.841}$$

$$IRR = 52 - \frac{1.333.656}{-1.618.841}$$

$$IRR = 52 - (-0.824)$$

IRR = 52.824 dibulatkan menjadi 53%

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa proyeksi *Internal Rate of Return* Aisyah Make Up mendapatkan hasil sebesar 53%. Selanjutnya agar suatu usaha dikatakan layak jika nilai dari *Internal Rate of Return* nya berada di atas tingkat suku bunga saat ini. Dengan demikian pengembangan Aisyah Make Up layak untuk dilakukan karena tingkat suku bunga saat ini berada di kisaran 12% per tahun dan *Internal Rate of Return* berada jauh di atas tingkat suku bunga.

3) Analisis Proyeksi Nilai Profitability Indeks

Tabel 9. Proyeksi tingkat pengembalian investasi yang dilihat dari nilai *Profitability Indeks*.

Pendapatan	Proceed Investasi	PI Index
96,600,000.00	17,943,890.41	19%
163,900,000.00	47,962,780.82	29%
213,900,000.00	70,922,801.23	33%
251,500,000.00	86,865,773.90	35%
291,750,000.00	102,892,262.12	35%

Sumber : Data diolah

Adapun nilai rata-rata dari *Profitability Indeks* yang didapatkan selama proyeksi 5 tahun ke depan adalah sebesar 30%.

Standarisasi dari sebuah *Profitability Indeks* perusahaan adalah di atas 10% dan berdasarkan hasil perhitungan diatas maka Aisyah Make Up layak untuk melakukan pengembangan jika dilihat dari proyeksi nilai *Profitability Indeks* 5 tahun kedepan.

4) Analisis Proyeksi Nilai Pay Back Period

Tabel 10. Proyeksi Nilai *Pay Back Period* Aisyah Make Up

Keterangan	Perhitungan	Nilai PBP
Investasi Awal	-82,000,000	
Proceed Tahun 1	17,943,890.41	(64,056,109.59)
Proceed Tahun 2	47,962,780.82	(16,093,328.77)
Proceed Tahun 3	70,922,801.23	2.72
Nilai PBP		2 Tahun 3 Bulan

Sumber: Data hasil penelitian

Berdasarkan perhitungan di atas nilai investasi awal Aisyah Make Up adalah sebesar Rp. 82.000.000,- (delapan puluh dua juta rupiah). Pada proyeksi tahun pertama Aisyah Make Up mencapai *Proceed* atau nilai bersih sebesar Rp. 17.943.890 (Tujuh belas juta Sembilan ratus Empat puluh tiga ribu Delapan ratus Sembilan puluh rupiah). Di tahun kedua proyeksi Aisyah Make Up mencapai *Proceed* atau nilai bersih sebesar Rp. 47.962.780,- (Empat puluh tujuh juta Sembilan ratus enam puluh dua ribu tujuh ratus delapan puluh rupiah). Sisa nilai investasi Aisyah Make Up di tahun kedua sebesar Rp. 16.093.328,- (Enam belas juta Sembilan puluh tiga ribu tiga ratus dua puluh delapan rupiah) sisa nilai investasi pada tahun kedua tersebut akan dapat ditutupi pada tiga bulan

pertama tahun ketiga. Dengan demikian secara keseluruhan investasi pada Aisyah Make Up dapat kembali dalam kurun waktu 2 tahun 3 bulan nilai PBP tersebut kembali dalam jangka waktu yang sangat baik sesuai dengan standar pengembalian investasi adalah 10 tahun atau jika jangka waktu investasi kurang dari sepuluh tahun maka sebaiknya investasi tersebut maksimal kembali pada umur ekonomis investasi. Dengan standar yang demikian maka dapat disimpulkan secara Pay back Period Investasi untuk pengembangan pada Aisyah Make up layak untuk dilaksanakan.

5) Analisis proyeksi Nilai Average Rate of Return

Analisis nilai *Average Rate of Return* ialah suatu analisa yang dilakukan untuk menghitung seberapa besar nilai rata-rata pengembalian terhadap sebuah investasi. Berikut ini adalah proyeksi tingkat pengembalian investasi yang dilihat dari nilai *Average Rate of Return* . nilai ARR dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut :

• Average Rate of Return (ARR)

$$\begin{aligned} \text{ARR} &= \frac{\text{Rata-rata EAIT}}{\text{Rata-rata Investasi}} \\ \text{Rata-rata EAIT} &= \frac{\text{total EAIT}}{\text{Umur Ekonomis}} \\ \text{Rata-rata Investasi} &= \frac{\text{investasi}}{2} \end{aligned}$$

Sebagai landasan umur ekonomis yang dijadikan sebagai acuan standar terhadap investasi yang ditanamkan adalah 10 tahun maka ARR dapat dihitung seperti yang ditunjukkan melalui tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11. Proyeksi tingkat pengembalian investasi yang dilihat dari nilai *Average Rate of Return*

Keterangan	Jumlah
Rata-rata EAIT	30,108,750.85
Rata-Rata Investasi	41,000,000.00
ARR	73%

Sumber : Data diolah

Dengan hasil-hasil perhitungan berdasar pada asumsi-asumsi yang telah disampaikan sebelumnya maka rata-rata *Average Rate of Return* yang didapatkan selama prediksi 10 tahun ke depan sebesar 73 %.

Nilai yang baik untuk sebuah *Average Rate of Return* yang baik adalah di atas dari nilai standar *Average of Return*. Nilai standar dari *Average Rate of Return* adalah sebesar 10%. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa Aisyah Make Up layak mengadakan pengembangan usaha dilihat dari proyeksi nilai *Average Rate of Return*.

Teknik Pengambilan Keputusan

Tabel 12. Analisis Kualitatif

PARAMETER	HASIL	STANDAR	KESIMPULAN
LEGALITAS/HUKUM	Usaha dilengkapi dengan legalitas yang disyaratkan	Legal	Layak
SOSIAL & EKONOMI	Sosial Ekonomi yang dilihat dari nilai PDRB serta indicator ekonomi yang lain mendukung dilaksanakannya investasi	Mendukung	Layak

PASAR & PEMASARAN	Usaha telah memiliki konsumen dan pasar yang potensial	Mendukung	Layak
MANAJEMEN & SDM	Usaha telah dikelola dengan menggunakan SDM yang sesuai dengan kebutuhan pengelolaan organisasi	Mendukung	Layak

Sumber : Hasil Data Analisis

Tabel 13. Analisis Kuantitatif

PARAMETER	HASIL	STANDAR	KESIMPULAN
PV	218.327.029.-	POSITIF	LAYAK
NPV	136.327.029.-	POSITIF	LAYAK
PI	30%	↑10%	LAYAK
PBP	2 Tahun, 3 bulan	<10 Tahun	LAYAK
IRR	53 %	↑ Tingkat Suku Bunga saat Ini	LAYAK
ARR	73 %	10%	LAYAK

Sumber : Hasil Data Analisis

KESIMPULAN

- Berdasarkan analisis aspek non finansial, pengembangan usaha Aisyah Make Up layak untuk dijalankan jika dilihat dari semua aspek non finansial (Aspek hukum, aspek sosial dan ekonomi, aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia)
- Analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa usaha Aisyah Make Up ini layak dijalankan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Present Value* sebesar Rp. 218.327.029.-, Nilai *Net Present Value* Rp. 136.327.029.-, Adapun nilai rata-rata dari *Profitability Indeks* yang didapatkan selama proyeksi 10 tahun ke depan adalah sebesar 30%, *Pay Back Period* Aisyah Make Up didapatkan selama 2 tahun 3 bulan, perhitungan proyeksi *Internal Rate of Return* Aisyah Make Up mendapatkan hasil sebesar 53%, Adapun rata-rata *Average of Return* yang didapatkan selama prediksi 10 tahun ke depan sebesar 73%. Seluruh hasil indikator kelayakan yang dihitung menunjukkan hasil di atas standar kelayakan sehingga disimpulkan Pengembangan Aisyah Make Up layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2017). *Studi kelayakan bisnis*. Penerbit Aswaja Pressindo, Yogyakarta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1159247#>
- Badan Pusat Statistik. (2022). <https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto-lapangan-usaha-.html#subjekViewTab5>
- Faizal. (2018). *Memahami perbedaan data primer dan data sekunder*. <http://www.sharingid.com/memahami-perbedaan-data-primer-dan-sekunder>

-
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1549-1562.
- Firman, A. (2022). The Role of The Personal in Mediating Entrepreneurship Education Towards Entrepreneurial Interests. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 221-233.
- Hadiyanti, F. R. (2014). *Analisis Kelayakan Usaha Tahu Bandung Kayun-Yun Desa Cihideung Ilir Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor*.
- Hidayat, F. L. dan M. (2021). *Perencanaan dan Study Kelayakan Bisnis*. Penerbit Nobel Press.
- Ichsan, R. N., SE, M. M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2019). *Studi kelayakan bisnis= Business feasibility study*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Kbbi, K. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Kementerian Pendidikan Dan Budaya*.
- Khamil, B. (2021). pengertian metode wawancara. *Prosiding Pendidikan Profesi Guru Agama Islam (PPGAI)*, 1(1), 1557-1566.
- Kusumamurti, M. D. L. (2019). *Perancangan Publikasi Jasa Make up Artist Dan Hair Do" Di Livia"*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Nurchahyo, D. F. (2011). Analisis kelayakan bisnis (studi kasus di PT. Pemuda Mandiri Sejahtera). *Laporan Penelitian Tugas Akhir. Universitas Indonesia, Jakarta*.
- Nurmalina, R., Sarianti, T., & Karyadi, A. (2018). *Studi kelayakan bisnis*. PT Penerbit IPB Press.
- Rahman, A., Hidayat, M., & Latief, F. (2020). ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA DEPOT MAGS WATER DI MAKASSAR. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 28-39.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41-53.
- Setiawan, D., Pawennari, A., Arminas, A., Firman, A., & Nusran, M. (2022). STUDI KELAYAKAN BUDIDAYA CACING TANAH BERBASIS JAMINAN PRODUK HALAL DI BARRU SULAWESI SELATAN. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 2(1), 6-12.
- SILABAN, D. B. L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Pada Fresh Graduate Universitas HKBP Nommensen Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Suliyanto, D. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.