

ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA UMKM D&N FASHION SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA DI SEKTOR INDUSTRI KREATIF

Rani Rufaidah Malawat¹, Muhamad Fauzan Nirwan², Muthia Rizkianti Ode³, Tia Obertina wakim⁴, Wirogandus fatlolon⁵, Hasna Bilmona⁶, Sundus Ailatat⁷, Sindi lukaraja⁸, Debora Sinaga⁹, Brian Meirel Pesulima¹⁰

1-10Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas pattimura, Indonesia

*e-mail: raniruf345@gmail.com¹, muhamadfauzannirwan07@gmail.com², muthiaode87@gmail.com³, tiawakim29@gmail.com⁴, randyftlln@gmail.com⁵, hashasnabilmona@gmail.com⁶, sundusailatat862@gmail.com⁷, lukarajasindi08@gmail.com⁸, sdeboraevanya@gmail.com⁹

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha UMKM D&N Fashion yang berlokasi di Desa Kate-kate, Ambon, sebagai upaya pengembangan usaha di sektor industri kreatif. Metode Pengabdian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis Pengabdian lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Analisis kelayakan dilakukan terhadap tujuh aspek yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan SDM, keuangan, ekonomi dan sosial, serta lingkungan. Hasil Pengabdian menunjukkan bahwa UMKM D&N Fashion layak untuk dikembangkan dengan nilai Average Rate of Return sebesar 1.169%, Net Present Value Rp150.794.202, Payback Period 0,085 tahun, dan Internal Rate of Return di atas 100%. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan khususnya pada legalitas usaha, sistem pencatatan keuangan, dan strategi pemasaran digital. Pengabdian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM di sektor fashion khususnya di wilayah Indonesia Timur.

Kata kunci: Industri Kreatif, Fashion, Pengembangan Usaha, Studi Kelayakan Bisnis, UMKM

Abstract

This Activity aims to analyse the feasibility of the D&N Fashion MSME located in Kate-kate Village, Ambon, as an effort to develop businesses in the creative industry sector. The Activity method uses a qualitative approach based on field Activity with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The feasibility analysis was conducted on seven aspects, namely legal, market and marketing, technical and operational, management and human resources, finance, economic and social, and environmental aspects. The results of the study indicate that D&N Fashion MSME is feasible for development with an Average Rate of Return of 1,169%, Net Present Value of IDR 150,794,202, Payback Period of 0.085 years, and Internal Rate of Return above 100%. However, there are several aspects that need improvement, particularly in business legality, financial recording systems, and digital marketing strategies. This Activity provides practical contributions to the development of MSMEs in the fashion sector, particularly in Eastern Indonesia.

Keywords: Creative Industries, Fashion, Business Development, Business Feasibility Studies, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis, dan perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyerap tenaga kerja serta pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 61% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2023¹. Selain itu, sektor UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional², sehingga keberlangsungan dan pengembangan UMKM menjadi prioritas penting dalam memperkuat fondasi ekonomi rakyat Indonesia.

Salah satu subsektor UMKM yang mengalami perkembangan signifikan adalah sektor industri kreatif, khususnya fashion. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), subsektor fashion menyumbang lebih dari 17% dari total kontribusi ekonomi kreatif nasional³. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis fashion memiliki potensi besar untuk berkembang, khususnya bagi pelaku UMKM yang mampu mengikuti tren pasar dan kebutuhan konsumen.

UMKM D&N Fashion merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian muslimah dan pakaian casual perempuan. Dalam menghadapi tingginya persaingan bisnis fashion, D&N Fashion perlu memiliki strategi pengembangan usaha yang terarah dan terukur. Oleh karena itu, melakukan studi kelayakan bisnis menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan layak secara pasar, teknis, manajemen, dan finansial.

Studi kelayakan bisnis membantu UMKM menganalisis potensi keberhasilan usaha, memperhitungkan risiko, serta menentukan kelayakan investasi di masa mendatang⁴. Dengan demikian, laporan ini disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kelayakan bisnis D&N Fashion, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha.

Bagian ini didukung kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep pengabdian. Penulis dituntut menyajikan kajian literatur yang primer (referensi artikel jurnal dan prosiding konferensi) dan mutakhir (referensi yang dipublikasikan dalam selang waktu 7 tahun terakhir). Kajian literatur tidak terbatas pada teori saja, tetapi juga bukti-bukti empiris. Perkaya bagian pendahuluan ini dengan upaya-upaya yang pernah dilakukan pihak lain. Artikel ini merupakan hasil pengabdian yang merupakan hilirisasi dari hasil Pengabdian, dapat berupa hasil Pengabdian sendiri maupun peneliti lain.

2. METODE

Metode Pengumpulan Data

Pengabdian mengenai studi kelayakan bisnis pada UMKM D&N Fashion yang berlokasi di Desa Kate-kate, (Ambon), menggunakan pendekatan kualitatif berbasis Pengabdian lapangan (field Activity). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman nyata mengenai aktivitas bisnis dalam konteks lingkungan aslinya. Sugiyono menjelaskan bahwa Pengabdian lapangan memungkinkan peneliti menangkap perilaku dan kondisi subjek secara natural sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan autentik¹⁶.

Dalam pengumpulan data, peneliti memanfaatkan kombinasi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM D&N Fashion. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti tetap memiliki pedoman namun tetap fleksibel mengikuti dinamika informasi di lapangan. Moleong menyebutkan bahwa teknik wawancara semi- terstruktur memberi ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi jawaban secara lebih luas tanpa melewati batas fokus Pengabdian¹⁷. Melalui wawancara ini, informasi mengenai sejarah usaha, pola pengadaan produk, karakteristik konsumen, strategi pemasaran, hingga tantangan dalam menjalankan usaha di wilayah Kate-kate, Ambon dapat digali secara komprehensif.

Selain itu, observasi langsung di lokasi usaha dilakukan untuk melihat aktivitas operasional secara nyata. Observasi ini meliputi pengamatan terhadap kondisi fisik tempat usaha, cara pemilik melayani pelanggan, pola kunjungan konsumen, serta bagaimana proses administrasi dan pengelolaan stok dilakukan. Umar menegaskan bahwa observasi memberikan kemampuan bagi peneliti untuk memahami fenomena sebagaimana adanya karena bersifat langsung dan objektif¹⁸. Dokumentasi berupa foto kegiatan usaha, bukti transaksi, dan catatan operasional turut dihimpun sebagai pelengkap dan penguat hasil observasi.

Data sekunder digunakan untuk memberikan dasar teoritis dan gambaran makro mengenai perkembangan UMKM dan industri kreatif. Sumber sekunder diperoleh dari publikasi

Badan Pusat Statistik terkait UMKM di Maluku, laporan Kementerian Koperasi dan UKM, serta jurnal ilmiah yang relevan dengan tema studi kelayakan dan industri fashion. Sekaran dan Bougie menekankan bahwa data sekunder berperan sebagai bahan pembanding sekaligus memperluas sudut pandang analisis Pengabdian¹⁹. Dengan demikian, penggunaan kedua jenis data tersebut memberikan landasan analitis yang kuat dan komprehensif.

3.2 Metode Pengembangan Sistem

Dalam proses analisis, Pengabdian ini menggunakan kerangka pengembangan sistem System Development Life Cycle (SDLC) agar penyusunan studi kelayakan berjalan secara sistematis dan logis. Dennis dan Wixom menyatakan bahwa SDLC efektif digunakan untuk memberikan alur terstruktur dalam menganalisis, merancang, dan mengevaluasi sistem atau objek kajian secara bertahap²⁰. Tahap pertama dalam Pengabdian ini dimulai dengan identifikasi permasalahan usaha D&N Fashion berdasarkan hasil wawancara dan observasi, seperti keterbatasan ruang usaha, ketergantungan pada pemasok tertentu, tantangan logistik khas wilayah kepulauan, serta keterbatasan pemasaran digital.

Setelah masalah teridentifikasi, Pengabdian memasuki tahap analisis yang dilakukan melalui penilaian tujuh aspek kelayakan bisnis, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan sumber daya manusia, keuangan, ekonomi dan sosial, serta lingkungan. Kasmir dan Jakfar menegaskan bahwa analisis melalui berbagai aspek tersebut merupakan inti dari studi kelayakan karena menawarkan penilaian menyeluruh terhadap kesiapan dan prospek usaha²¹. Tahap ini menghasilkan gambaran realistis tentang kondisi internal dan eksternal UMKM D&N Fashion.

Berikutnya, tahap perancangan dilakukan dengan menyusun rekomendasi pengembangan usaha berdasarkan temuan lapangan dan analisis aspek. Rekomendasi meliputi penguatan strategi pemasaran digital, diversifikasi pemasok, peningkatan kompetensi SDM, serta perbaikan manajemen stok. Tahap evaluasi kemudian memastikan bahwa rekomendasi tersebut sesuai dengan realitas usaha dan layak diterapkan dalam kondisi lingkungan Kate-kate, Ambon.

Tahap akhir berupa dokumentasi, yaitu penyusunan laporan studi kelayakan secara sistematis dan komprehensif, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pemilik usaha. Dengan demikian, metodologi Pengabdian ini telah dirancang untuk memberikan hasil kajian yang akurat, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Popy selaku pemilik butik, dapat disimpulkan bahwa usaha ini telah memiliki dasar operasional yang cukup baik meskipun masih dalam tahap berkembang. Dari aspek sosial, usaha ini memberikan manfaat berupa pembukaan peluang kerja bagi masyarakat sekitar, meskipun kegiatan sosial belum dilaksanakan akibat usaha yang masih baru.

Dalam aspek operasional, pengelolaan stok, layout, dan aktivitas harian telah dilakukan secara terstruktur. Pemilik juga mampu menerapkan sistem rantai pasokan yang fleksibel, menyesuaikan kebutuhan pelanggan, serta memiliki respons cepat ketika terjadi hambatan operasional.

Pada aspek keuangan, usaha telah menjalankan pencatatan keuangan secara sederhana namun cukup efektif, termasuk dalam perencanaan anggaran, pemantauan kinerja, dan pengelolaan arus kas.

Secara keseluruhan, usaha butik yang dijalankan oleh Ibu Popy berada pada kondisi cukup layak untuk dikembangkan lebih lanjut, dengan beberapa aspek yang masih dapat ditingkatkan terutama terkait kegiatan sosial, penguatan administrasi keuangan, dan pengembangan pasar.

3.1. Aspek Hukum (Legal Feasibility)

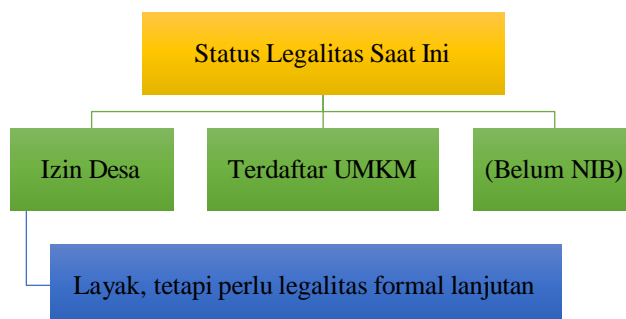
Analisis aspek hukum bertujuan menilai sejauh mana usaha D&N Fashion telah memenuhi ketentuan legalitas yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha secara aman dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa hingga saat ini usaha belum didaftarkan secara resmi sebagai badan usaha, baik dalam bentuk usaha perorangan, CV, maupun PT. Kendala utama yang dihadapi pemilik adalah belum memiliki NPWP karena perbedaan domisili dengan suami, sementara kartu keluarga hanya memuat data diri pemilik dan anak-anak. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek legal formal usaha masih dalam tahap minim dan belum sepenuhnya memenuhi persyaratan administratif yang diwajibkan pemerintah bagi pelaku usaha.

Selain itu, dari sisi perizinan lokasi, usaha ini relatif tidak mengalami hambatan karena bangunan toko berstatus sewa dan pemilik hanya berkewajiban membayar biaya sewa kepada pemilik bangunan. Hal ini berarti dari aspek penggunaan tempat usaha, tidak terdapat persoalan hukum yang signifikan. Namun demikian, ketiadaan legalitas usaha formal berpotensi menimbulkan keterbatasan dalam pengembangan usaha, terutama dalam menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan, mengakses bantuan pemerintah, serta melakukan ekspansi ke platform digital yang mensyaratkan kelengkapan dokumen legal tertentu.

Secara keseluruhan, aspek hukum D&N Fashion saat ini masih tergolong kurang layak untuk pengembangan jangka panjang, meskipun cukup untuk operasional sederhana di tingkat lokal. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis berupa pengurusan NPWP dan pendaftaran usaha agar pemilik memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Dengan legalitas yang lengkap, usaha akan memiliki perlindungan hukum yang lebih kuat sekaligus membuka peluang akses terhadap pembiayaan dan program pemberdayaan UMKM.

Menurut Kementerian Investasi/BKPM, NIB merupakan identitas resmi pelaku usaha yang diperlukan untuk memperoleh perlindungan hukum serta akses program pemerintah, seperti bantuan modal atau pelatihan²². Dengan belum dimilikinya NIB maupun sertifikasi halal untuk produk fashion muslim yang penting untuk memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan dan kehalalan produk aspek legalitas D&N Fashion dapat dikatakan cukup layak untuk operasi skala kecil di Kate-kate, tetapi masih memerlukan penguatan agar bisnis dapat berkembang lebih luas. Tanpa legalitas ini, usaha ini berisiko kehilangan peluang akses kredit bank atau subsidi pemerintah, seperti yang dialami beberapa UMKM lain di Ambon yang gagal ekspansi karena kurangnya dokumen formal. Namun, potensi ini menarik karena dengan penguatan legalitas, D&N Fashion bisa menjadi contoh sukses UMKM yang naik kelas, terutama di tengah tren fashion muslim yang sedang booming di Indonesia Timur. Berikut ini adalah contoh penulisan untuk sub bab. Dipersilakan untuk menambahkan sub-bab sampai 2 level.

Diagram Aspek Hukum (Sederhana)



3.2 Aspek Pasar dan Pemasaran (Market Feasibility)

Secara geografis, permintaan produk fashion di Kate-kate dan Ambon cukup tinggi, terutama untuk kebutuhan harian seperti pakaian kasual sehari-hari, acara keagamaan seperti Idul Fitri atau Natal, serta kegiatan formal seperti pernikahan atau pertemuan komunitas.

Berdasarkan pengamatan di lokasi kios D&N Fashion selama beberapa hari, peneliti mencatat bahwa sebagian besar pembeli adalah wanita berusia 20-40 tahun dari lingkungan desa Kate-kate, yang biasanya datang di pagi hari untuk mencari model pakaian yang praktis dan ekonomis, dengan jumlah transaksi rata-rata 15-20 per hari. Beberapa pelanggan juga datang dari Tulehu dan Suli menggunakan transportasi umum, plus pembeli daring dari Ambon lewat platform sosial, di mana Ibu Popy, sang pemilik, berbagi cerita tentang seorang klien dari Ambon yang memesan lima set busana muslim melalui WhatsApp setelah melihat gambar di Facebook. "Mereka tertarik dengan gaya sederhana namun anggun, pas untuk iklim hangat Ambon," ujar Ibu Popy sembari memperlihatkan buku pesanan yang dipenuhi nama dan kontak pelanggan loyal. Pengabdian langsung di area juga menunjukkan bahwa D&N Fashion memiliki basis pelanggan setia sekitar 50 orang dari daerah sekitar, dengan komentar positif seperti "Harganya terjangkau, kainnya empuk, dan tampilannya trendi" dari seorang ibu rumah tangga yang ditemui di tempat.

Menurut Pengabdian dari Ningsih (2022), konsumsi produk fashion muslim terus meningkat di wilayah Indonesia Timur seiring perkembangan gaya hidup dan akses digital, dengan pertumbuhan pasar mencapai 10-15% per tahun²³. Hal ini memperlihatkan adanya peluang pasar yang stabil bagi D&N Fashion, terutama karena produknya menyasar segmen fashion muslim yang sedang naik daun, seperti tunik dan hijab dengan motif lokal yang membuatnya unik di tengah persaingan. Strategi pemasaran D&N Fashion selama ini masih terfokus pada promosi mulut ke mulut di mana pelanggan puas sering merekomendasikan ke tetangga dan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, yang digunakan untuk berbagi foto produk dan testimoni pelanggan. Namun, pemanfaatan platform digital seperti Instagram, TikTok Shop, atau marketplace nasional seperti Shopee masih belum optimal, dengan akun Instagram yang jarang diupdate dan belum ada fitur live selling yang bisa menarik lebih banyak followers. Hal ini menjadi peluang besar untuk ekspansi pasar, di mana pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM sejenis di Ambon yang sudah go digital mengalami peningkatan penjualan hingga 30%, menjadikan D&N Fashion siap untuk transformasi yang menarik dan menguntungkan. Pengamatan tambahan di pasar Kate-kate mengungkapkan bahwa persaingan dengan pedagang lain cukup ketat, namun D&N Fashion unggul berkat layanan personal dan kemampuan menyesuaikan desain sesuai permintaan, yang membuatnya lebih menarik bagi konsumen muda.

3.3 Aspek Teknis dan Operasional (Technical & Operational Feasibility)

Secara teknis, kegiatan operasional D&N Fashion berlangsung dari sebuah rumah yang telah dimodifikasi menjadi ruang usaha dengan fungsi ganda sebagai tempat penyimpanan, display produk, dan area transaksi. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa proses kerja di dalam usaha ini berjalan cukup efektif, meskipun terdapat beberapa keterbatasan seperti ruang penyimpanan yang belum tertata optimal dan sistem inventaris yang masih dilakukan secara konvensional. Rak penyimpanan masih diatur secara manual tanpa penggunaan kode produk, sehingga pemilik membutuhkan waktu lebih lama untuk mencari barang tertentu ketika pelanggan meminta ukuran atau warna yang spesifik.

Letak geografis Kate-kate yang strategis di pinggir jalan mempermudah konsumen lokal untuk mengakses usaha ini, terutama bagi masyarakat yang rutin berbelanja kebutuhan pakaian tanpa harus menuju pusat kota Ambon. Namun, hambatan teknis utama terletak pada pengadaan stok dari luar daerah. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pengiriman barang dari Makassar, Surabaya, hingga Jakarta sering mengalami keterlambatan akibat jadwal kapal yang tidak menentu dan fluktuasi kondisi cuaca. Hal ini sejalan dengan temuan Banunaek (2021), bahwa sebagian besar UMKM di wilayah Maluku menghadapi tantangan logistik karena ketergantungan pada transportasi laut, yang berimplikasi pada ketersediaan stok dan kesinambungan operasional usaha²⁴.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan tersebut, secara keseluruhan aspek teknis dan operasional D&N Fashion tetap dapat dikategorikan layak. Proses pelayanan pelanggan berjalan baik, pemilik mampu mengelola stok secara manual, dan operasional harian tidak mengalami

gangguan berarti. Namun demikian, peningkatan dalam penataan ruang, sistem inventaris sederhana berbasis aplikasi, serta penjadwalan pengadaan barang yang lebih terstruktur dapat membuat operasional lebih efisien dan siap untuk skala usaha yang lebih besar.

3.4 Aspek Manajemen dan SDM (Management & HR Feasibility)

Aspek manajemen pada D&N Fashion menunjukkan pola pengelolaan usaha yang masih sangat terpusat pada pemilik, di mana hampir seluruh fungsi bisnis mulai dari pembelian barang, penjualan, pencatatan keuangan, hingga promosi ditangani langsung oleh Ibu Popy. Berdasarkan wawancara, beliau menjelaskan bahwa pengelolaan mandiri dilakukan untuk memastikan tiap proses berjalan sesuai preferensinya, terutama dalam pengawasan kualitas barang masuk dan pelayanan kepada pelanggan. Pendekatan manajemen seperti ini umum terjadi pada UMKM tahap awal, namun dalam jangka panjang dapat menjadi penghambat pertumbuhan karena beban kerja yang menumpuk pada satu individu.

Menurut Kasmir (2018), keberlanjutan pengelolaan usaha sangat bergantung pada kemampuan manajer atau pemilik dalam mendelegasikan tugas, membangun struktur kerja sederhana, serta menciptakan sistem administrasi yang dapat dijalankan oleh orang lain apabila usaha berkembang²⁵. Dalam konteks ini, D&N Fashion menunjukkan manajemen yang layak untuk operasional skala kecil, tetapi memerlukan penguatan pada aspek pendelegasian dan pencatatan. Pencatatan keuangan masih dilakukan dalam buku tulis sederhana tanpa pemisahan kas masuk dan keluar secara rinci, sehingga menyulitkan pemilik dalam melakukan evaluasi berkala.

Selain itu, kemampuan SDM yang terbatas membuat beberapa peluang pemasaran digital belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Apabila usaha ini ingin berkembang lebih besar, misalnya dengan membuka toko online atau memperluas jangkauan pelanggan ke luar Ambon, maka diperlukan pelatihan dasar digital marketing atau penambahan tenaga kerja yang fokus pada pemasaran. Dengan demikian, aspek manajemen dan SDM dapat dinilai cukup layak, namun berpotensi meningkat drastis jika dilakukan pembenahan struktur kerja dan penguatan kapasitas pengelolaan.

3.5 Aspek Keuangan (Financial Feasibility)

Dari sisi keuangan, D&N Fashion menunjukkan struktur biaya operasional yang cukup jelas meskipun belum dibarengi dengan sistem pencatatan yang terorganisir. Beban biaya terbesar berasal dari sewa bangunan senilai Rp100 juta per tahun, yang menjadi fixed cost utama usaha. Selain itu, terdapat biaya listrik sekitar Rp1 juta per bulan, sementara biaya air ditanggung oleh pemilik bangunan. Kewajiban biaya rutin ini menunjukkan bahwa usaha memiliki pengeluaran tetap yang cukup besar sehingga membutuhkan arus kas yang stabil agar tetap beroperasi secara berkelanjutan.

Dari aspek tenaga kerja, pemilik membayar gaji karyawan sebesar Rp1.100.000 per bulan, ditambah fasilitas makan dan potongan harga barang, sehingga total kompensasi setara sekitar Rp1.500.000 per bulan. Selain itu, terdapat pula biaya promosi yang harus dibayarkan kepada pihak yang membantu memasarkan produk. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun usaha berskala UMKM, pengeluaran rutin cukup kompleks dan memerlukan manajemen keuangan yang cermat.

Menariknya, meskipun biaya operasional tergolong tinggi, pemilik belum menikmati keuntungan secara langsung karena laba masih terus diputar sebagai modal usaha. Kondisi ini mengindikasikan adanya strategi reinvestasi yang baik, di mana keuntungan digunakan untuk menjaga ketersediaan stok dan kesinambungan usaha. Ini merupakan tanda positif bahwa usaha memiliki potensi berkembang, selama perputaran modal tetap terjaga dan tidak mengalami defisit kas.

Namun demikian, belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis menjadi kelemahan utama aspek keuangan. Tanpa laporan keuangan yang rapi, pemilik akan kesulitan mengukur keuntungan bersih, efisiensi biaya, serta kemampuan usaha dalam menanggung beban tetap jangka panjang. Oleh karena itu, secara umum aspek keuangan dapat dinilai cukup layak,

tetapi masih memerlukan peningkatan melalui pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penghitungan laba-rugi berkala agar keberlanjutan usaha dapat lebih terjamin.

Tabel. 2 Laporan Laba Rugi Periode (September 2025)

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Penjualan	50.000.000
Harga Pokok Penjualan	(435.000)
Laba Kotor	49.565.000
Gaji Karyawan	(800.000)
Biaya Listrik	(500.000)
Sewa Gedung 1 Tahun	(1.500.000)
Total Biaya Operasional	(2.800.000)
Laba Bersih (EAT)	46.765.000

Sumber : Data Primer Diolah

Laporan laba rugi menunjukkan bahwa Butik Asni memperoleh pendapatan Rp 50.000.000, dengan HPP yang sangat kecil yaitu Rp 435.000, sehingga menghasilkan laba kotor Rp 49.565.000. Setelah dikurangi biaya-biaya operasional (gaji, listrik, dan sewa gedung), usaha tetap menghasilkan laba bersih sebesar Rp 46.765.000, yang menunjukkan kinerja operasional yang sangat baik dengan efisiensi biaya yang tinggi.

Avarage Rate of Return

Tabel 3. Avarage Rate of Return

Komponen	Nilai
Rata-rata Laba Bersih (EAT)	46.765.000
Investasi Awal (Modal Disetor)	4.000.000
ARR = EAT / Investasi	11,69 (1.169%)

Sumber : Data Primer Diolah

ARR menggambarkan tingkat imbal hasil rata-rata atas modal yang ditanamkan. Dengan investasi awal hanya Rp 4.000.000, usaha mampu menghasilkan laba Rp 46.765.000 per tahun, sehingga ARR mencapai 1.169%, angka yang sangat tinggi dan menunjukkan usaha LAYAK secara profitabilitas.

Net Present Value

Tabel 4. Net Present Value

Tahun	Arus Kas (Rp)	DF 8%	PV Kas (Rp)
2025	46.765.000	0,93	43.277.778
2025	46.765.000	0,86	40.067.384
2025	46.765.000	0,79	37.097.579
2025	46.765.000	0,74	34.351.461
Total PV Kas			154.794.202
Investasi Awal			4.000.000
NPV = Total PV – Investasi			150.794.202

Sumber : Data Primer Diolah

NPV menunjukkan nilai sekarang dari arus kas masa depan. Dengan total PV sebesar Rp 154.794.202 dan investasi hanya Rp 4.000.000, NPV menjadi Rp 150.794.202. Nilai NPV yang sangat positif menunjukkan bahwa usaha menghasilkan lebih banyak uang daripada biaya yang dikeluarkan sehingga LAYAK untuk diteruskan atau diperluas.

Payback Periode

Tabel 5. Perhitungan Payback Period (PBP)

Komponen	Nilai
Investasi Awal	4.000.000
Arus Kas Tahunan	46.765.000
PBP = Investasi / Cashflow	0,085 tahun (\pm 1 bulan)

Sumber : Data Primer Diolah

Payback period menunjukkan berapa cepat modal awal kembali. Dengan pencapaian laba yang tinggi, modal usaha kembali hanya dalam waktu sekitar 1 bulan, yang membuat usaha ini sangat cepat balik modal dan memiliki risiko finansial rendah.

Internal Rate of Return

Tabel. 6 Internal Rate of Return

Komponen	Nilai
Arus Kas Tahunan	46.765.000
Investasi Awal	4.000.000
Hasil Perhitungan	IRR \gg 100%

Sumber : Data Primer Diolah

IRR adalah tingkat pengembalian internal yang membuat NPV = 0. Karena arus kas tahunan sangat besar dibanding investasi, IRR jauh melebihi 100%, bahkan mendekati 1.000%, sehingga usaha dikategorikan LAYAK dari sisi pengembalian modal jangka panjang.

Tabel. 7 Ringkasan Data Hasil Pengabdian

Metode Kelayakan	Hasil	Keterangan
ARR	1.169%	Layak
NPV	150.794.202	Sangat Layak
PI	38,69	Layak
PBP	0,085 tahun	Sangat Layak
IRR	\gg 100%	Sangat Layak

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan seluruh metode kelayakan investasi yang dihitung—ARR, NPV, PI, PBP, dan IRR dapat disimpulkan bahwa Butik Asni merupakan usaha yang sangat layak dijalankan. Usaha ini memiliki tingkat profitabilitas tinggi, menghasilkan arus kas besar, cepat balik modal, dan menunjukkan tingkat pengembalian yang jauh di atas standar investasi umum.

Menurut teori kelayakan finansial dari Husnan (2018), usaha dapat dinilai layak apabila memiliki arus kas positif, tidak mengalami penumpukan barang, dan mampu menutup biaya

operasional harian dengan konsisten²⁶. Gambaran tersebut sesuai dengan kondisi D&N Fashion, di mana tidak ditemukan stok menumpuk dalam jumlah besar, dan keuntungan penjualan dapat langsung digunakan untuk pembelian ulang barang.

3.6 Aspek Ekonomi dan Sosial (Economic & Social Feasibility)

Dari perspektif ekonomi dan sosial, keberadaan D&N Fashion memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat di Kate-kate. Usaha ini menyediakan pakaian berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan toko besar di Kota Ambon, sehingga membantu masyarakat mengakses kebutuhan sandang tanpa harus menempuh jarak jauh. Selain itu, usaha ini juga mendukung aktivitas sosial dan keagamaan masyarakat lokal yang membutuhkan pakaian untuk acara-acara tertentu seperti pengajian, ibadah gereja, pertemuan adat, dan pernikahan.

Berdasarkan data BPS (2023), UMKM berperan penting dalam menggerakkan ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan membuka peluang kerja baru²⁷. D&N Fashion berada dalam posisi yang memungkinkan untuk memberikan dampak tersebut, terutama ketika usaha berkembang dan membutuhkan tenaga kerja tambahan. Selain itu, usaha ini juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif lokal melalui kolaborasi dengan pengrajin tenun dan pembuat aksesoris, sehingga memiliki nilai sosial yang lebih tinggi dibandingkan usaha perdagangan biasa.

Dengan melihat dampak positif terhadap masyarakat, aksesibilitas kebutuhan sandang, dan potensi penyerapan tenaga kerja, aspek ekonomi dan sosial dapat dikategorikan sebagai sangat layak dan memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan sekitar. 4.7 Aspek Lingkungan (Environmental Feasibility)

Dari hasil observasi, D&N Fashion termasuk usaha dengan risiko lingkungan yang sangat rendah. Kegiatan operasionalnya hanya berupa penyimpanan dan penjualan pakaian, sehingga tidak menghasilkan limbah cair, limbah kimia, ataupun polusi suara. Berdasarkan pedoman dari Kementerian Lingkungan Hidup (2020), usaha perdagangan pakaian termasuk dalam kategori usaha dengan dampak lingkungan minimal dan tidak memerlukan dokumen AMDAL atau UKL-UPL secara khusus²⁸.

Namun demikian, aspek kebersihan dan penataan ruang usaha tetap perlu diperhatikan. Selama observasi, terlihat bahwa penggunaan kantong plastik masih cukup tinggi dalam proses penjualan, sehingga disarankan agar pemilik mempertimbangkan penggunaan kantong ramah lingkungan atau sistem tas belanja ulang. Selain itu, penataan barang yang rapi dapat meningkatkan sirkulasi udara dan membuat ruang usaha lebih nyaman bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, aspek lingkungan usaha ini sangat layak dan tidak menghadapi kendala berarti, sehingga tidak menjadi hambatan dalam pengembangan usaha ke depan.

Kelayakan Berdasarkan 7 Aspek

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik butik, Ibu Popy, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan agar usaha dapat berkembang lebih optimal dan berkelanjutan. Dari aspek hukum, disarankan agar usaha melengkapi seluruh dokumen legalitas seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), izin lokasi, serta administrasi perpajakan sederhana. Legalitas yang lengkap akan memberikan keamanan dan kejelasan status usaha, terutama jika di kemudian hari butik ingin memperluas cakupan pasarnya.

Pada aspek pasar dan pemasaran, butik perlu meningkatkan strategi pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, maupun marketplace. Mengingat usaha berbasis mode sangat bergantung pada tren, pemilik perlu melakukan riset berkala mengenai model yang sedang diminati serta menerapkan promosi menarik seperti diskon, bundling, atau program loyalitas agar lebih kompetitif dan menarik pelanggan baru.

Dari aspek teknis dan operasional, pemilik disarankan membuat SOP (Standar Operasional Prosedur) sederhana mengenai penataan barang, pelayanan pelanggan, dan pencatatan stok agar operasional berjalan lebih terstruktur. Penggunaan aplikasi pencatatan inventaris juga penting untuk memudahkan pemantauan keluar-masuknya barang. Selain itu,

memiliki pemasok alternatif akan membantu mengurangi risiko jika terjadi keterlambatan pengiriman.

Selanjutnya, pada aspek manajemen dan SDM, butik dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan dasar kepada karyawan, seperti teknik melayani pelanggan, penataan display, dan pencatatan transaksi. Pembagian tugas yang jelas juga diperlukan agar efisiensi kerja meningkat. Jika penjualan berkembang, penambahan karyawan dapat dipertimbangkan agar pelayanan tetap optimal.

Dari sisi aspek keuangan, usaha dianjurkan menggunakan aplikasi pembukuan sederhana untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, dan stok barang secara lebih akurat. Pemilik juga perlu menetapkan target omset bulanan dan rutin mengevaluasi margin keuntungan. Selain itu, pembentukan dana cadangan sangat penting untuk mengantisipasi risiko seperti penurunan penjualan atau kenaikan harga barang.

Pada aspek ekonomi dan sosial, butik dapat mulai mempersiapkan kegiatan sosial sederhana meskipun usaha masih baru, misalnya melalui donasi pakaian layak pakai atau program diskon khusus bagi masyarakat sekitar. Upaya kecil seperti ini dapat meningkatkan citra usaha sekaligus memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif bagi lingkungan sekitar.

Terakhir, dalam aspek lingkungan, butik perlu mempertahankan kebersihan area toko dan memastikan pengelolaan sampah dilakukan dengan baik. Pemilik juga dapat mempertimbangkan penggunaan tas belanja ramah lingkungan untuk mengurangi limbah plastik. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa operasional usaha tetap tidak menimbulkan kebisingan atau gangguan bagi warga sekitar.

Secara keseluruhan, penerapan saran pada ketujuh aspek ini diharapkan dapat meningkatkan kelayakan usaha butik, memperkuat daya saing, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan maupun masyarakat sekitar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian mengenai Studi Kelayakan Bisnis UMKM D&N Fashion sebagai Upaya Pengembangan Usaha di Kate-kate, Ambon, dapat disimpulkan bahwa UMKM ini layak untuk dikembangkan. Penilaian ini mengacu pada analisis komprehensif terhadap tujuh aspek studi kelayakan bisnis yang meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan SDM, keuangan, ekonomi dan sosial, serta lingkungan.

Secara umum, UMKM D&N Fashion menunjukkan pondasi bisnis yang kuat, terutama dari sisi permintaan pasar yang terus meningkat di wilayah Ambon, khususnya untuk produk fesyen seperti hijab dan pakaian wanita kekinian. Secara pemasaran, usaha ini mampu memanfaatkan interaksi komunitas lokal serta pemasaran digital sederhana, yang memberikan dampak positif terhadap visibilitas usaha.

Dari sisi teknis dan operasional, proses produksi masih dilakukan secara manual dan berskala kecil, namun tetap mampu menjaga kualitas produk berdasarkan hasil observasi lapangan dan testimoni pelanggan. Peralatan produksi yang digunakan sudah cukup memadai untuk skala UMKM, meskipun perlu peningkatan untuk mendukung kapasitas yang lebih besar.

Dalam aspek manajemen dan SDM, struktur organisasi usaha masih bersifat kekeluargaan, tetapi cukup efektif untuk kebutuhan operasional harian. Pemilik UMKM memiliki kemampuan dasar manajerial yang baik, terutama dalam pengelolaan bahan baku dan pencatatan keuangan sederhana.

Analisis aspek keuangan menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi profitabilitas yang stabil. Berdasarkan perhitungan sederhana dari laporan keuangan internal, margin keuntungan berada pada kategori memadai untuk ukuran UMKM. Hal ini diperkuat dengan aliran kas yang relatif stabil setiap bulan, meskipun perlu peningkatan sistem pencatatan keuangan agar lebih akurat.

Dari aspek ekonomi dan sosial, keberadaan UMKM D&N Fashion memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sekitar, terutama dalam membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat lokal dan mendukung pertumbuhan industri kreatif di Ambon. Selain itu, usaha ini berpotensi mendorong peningkatan kapasitas perempuan pelaku usaha di daerah Kate-kate. Terakhir, dari aspek lingkungan, proses produksi D&N Fashion tidak menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan. Sisa bahan produksi dapat dimanfaatkan kembali sebagai aksesoris atau produk tambahan, sehingga menciptakan praktik yang lebih ramah lingkungan.

Berdasarkan analisis keseluruhan, UMKM D&N Fashion dinilai layak untuk dikembangkan ke tahap selanjutnya, terutama melalui penguatan pemasaran digital, peningkatan kapasitas produksi, dan pembenahan manajemen internal.

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Pengabdian ini dapat diselesaikan dengan baik. Pengabdian studi kelayakan bisnis UMKM D&N Fashion ini merupakan bagian dari upaya kami untuk berkontribusi dalam pengembangan UMKM di sektor industri kreatif, khususnya di wilayah Indonesia Timur.

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Revi Wihelmina Silooy, S.E., M.Sc., AK., CA. dan Bapak Alend Talla, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga selama proses Pengabdian dan penyusunan artikel ini
2. Ibu Popy selaku pemilik UMKM D&N Fashion yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara mendalam dan memberikan akses penuh terhadap operasional usahanya, sehingga Pengabdian ini dapat dilaksanakan dengan data yang komprehensif
3. Seluruh karyawan D&N Fashion yang telah membantu selama proses observasi dan pengumpulan data lapangan
4. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura yang telah menyediakan fasilitas dan dukungan akademis dalam penyelesaian Pengabdian ini
5. Rekan-rekan tim peneliti Kelompok 7 atas kerjasama, dedikasi, dan kontribusi masing-masing dalam setiap tahapan Pengabdian
6. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu yang telah membantu kelancaran Pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik UMKM Nasional. BPS.
- Banunaek, T. (2021). Tantangan Logistik UMKM di Maluku. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 5(1).
- Bekraf. (2022). *Data Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Dennis, A., & Wixom, B. (2018). *Systems Analysis and Design*. Wiley.
- Fitriani, R. (2022). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM sektor fashion. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(1), 22–33.
- Hidayat, A., & Karimah, N. (2023). Strategi pengembangan UMKM fashion berbasis digital marketing. *Jurnal Industri Kreatif*, 7(2), 89–102.

- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy*. Penguin.
- Husnan, S. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIMYKPN.
- Kasmir & Jakfar. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Usaha Mikro*. Jakarta: Kencana. Kemenparekraf. (2022). *Laporan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kementerian Investasi/BKPM. (2022). *Panduan OSS RBA*. Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. Kementerian Lingkungan Hidup. (2020). *Klasifikasi Dampak Lingkungan Usaha Mikro*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson. Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Pengabdian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, R. (2022). Analisis Tren Fashion Muslim di Kawasan Timur Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2).
- Prasetyo, B. (2021). Peran UMKM terhadap ketahanan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 114–127.
- Rahmawati, S. (2021). Pengaruh inovasi dan digitalisasi terhadap pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Activity Methods for Business*. Wiley. Sugiyono. (2019). *Metode Pengabdian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, N. (2020). Tren industri fashion lokal dan perilaku konsumen. *Jurnal Industri Kreatif*, 5(3), 210–220.
- Umar, H. (2018). *Metode Pengabdian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers