

**STUDI KELAYAKAN BISNIS
PADA AIZEN PARFUM**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ekonomi GICI

Oleh:

GUSNI ALIM
NIM : 2411907476



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STUDI KELAYAKAN BISNIS
PADA AIZEN PARFUM**

Oleh:

Nama : GUSNI ALIM
NIM : 2411907476
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Desi Harsanti, S.Sos, MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STUDI KELAYAKAN BISNIS
PADA AIZEN PARFUM**

Oleh:

Nama : GUSNI ALIM
NIM : 2411907476
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 09 Agustus 2023
Waktu : 15.40 – 17.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Iman Hernawan, S.IP., M.M ()
Anggota : Yumartono, SE., M.M ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : GUSNI ALIM
NIM : 2411907476
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271036304010004
Alamat : Gg. Bojong neros 02/07, Paledang, Bogor tengah
Kota Bogor, 16122

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Studi Kelayakan Bisnis Pada Aizen Parfum ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2023

GUSNI ALIM

ABSTRAK

GUSNI ALIM. NIM 2411907476. Studi Kelayakan Bisnis Pada Aizen Parfum.

Salah satu produk yang mendominasi penjualan melalui *e-commerce* di Indonesia adalah parfum. Untuk *e-commerce* di Tokopedia mencatat transaksi penjualan produk parfum, *fragrance* dan *cologne*. Bulan September 2022 naik hampir 2,5x dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. Sementara untuk periode September hingga Oktober 2022, menurut catatan *Compas Dashboard* dari 10 merek parfum terlaris di *e-commerce* Tokopedia dan Shopee, 7 diantaranya yang mendominasi adalah parfum lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha Aizen parfum berdasarkan Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen, Aspek Teknis atau Operasional serta aspek Keuangan. Metode pengumpulan data penelitian ini diambil dari observasi dan wawancara.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian studi kelayakan bisnis ini adalah eksploratif. Analisis aspek pasar dan pemasaran pada penelitian ini menggunakan metode klasifikasi segmentasi pasar serta analisis *marketing mix*. Analisis aspek Manajemen dilakukan menggunakan metode PDCA pada operasional usaha Aizen parfum. Analisis aspek Teknis atau Operasional pada penelitian ini dengan menentukan kelayakan lokasi usaha, proses produksi, serta tata letak. Sedangkan aspek keuangan menganalisis kebutuhan investasi awal, proyeksi laporan keuangan, dan analisis kelayakan investasi menggunakan PP, NPV, IRR, dan PI.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rencana pengembangan usaha Aizen Parfum dinyatakan layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, manajemen, teknis atau operasional dan aspek finansial dengan hasil nilai analisis PP sebesar 2 tahun 6 bulan 12 hari, NPV sebesar Rp 9.334.510. IRR sebesar 38,1%, dan PI sebesar 2,5.

Kata kunci : Studi Kelayakan Bisnis, Pengembangan Bisnis

ABSTRACT

GUSNI ALIM. NIM 2411907476. *Feasibility Study of Aizen Perfume.*

One of the products that dominates sales through e-commerce in Indonesia is perfume. For e-commerce platforms like Tokopedia the revenue of perfume, fragrance, and cologne are recorded. In September 2022, the sales increased nearly 2.5 times compared to the same period in the previous year. Meanwhile, during the period from September to October 2022, according to the records of the Kompas Dashboard, out of the top 10 bestselling perfume brands on Tokopedia and Shopee, 7 of them were local perfume brands.

This research aims to assess the feasibility of Aizen Perfume as a business based on Market and Marketing Aspect, Management Aspect, Technical or Operational Aspect, as well as the Financial Aspect. The data collection method for this research involved observation and interviews.

The research method used in this business feasibility study is exploratory. The analysis of the market and marketing aspect in this research utilizes the method of market segmentation classification and marketing mix analysis. The management aspect is analyzed using the PDCA method in the operational aspect of Aizen Perfume's business. The analysis of the Technical or Operational aspect in this research involves assessing the feasibility of business location, production process, and layout. Meanwhile, the financial aspect analyzes the initial investment requirements, financial statement projections, and investment feasibility using PP, NPV, IRR, and PI.

The results of this study indicate that the business development plan for Aizen Perfume is deemed feasible in terms of market and marketing, management, technical or operational, and financial aspects, with the following analysis results: Payback Period (PP) of 2 years 6 months and 12 days, Net Present Value (NPV) of Rp 9.334.510, Internal Rate of Return (IRR) of 38,1%, and lastly, Profitability Index (PI) of 2,5.

Keywords: Business Feasibility Study, Business Development

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Studi Kelayakan Bisnis Pada Aizen Parfum disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis menemukan satu fenomena bahwa peminat parfum lokal semakin banyak di Indonesia yang mengakibatkan peningkatan penjualan parfum merek lokal. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model usaha parfum lokal seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr.Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Desi Harsanti, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan sangat baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga

penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti saat ini.

6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan suka cita.
7. Ibu Salsabil Kamilah dan Ibu Nazara Vonny yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Aizen Parfum.
8. Ibunda Halimah tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan yang sangat luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Sanak saudara terutama uni, uda, etek dan mak tuo di Sumatera Barat yang memberikan dukungan moral kepada penulis sehingga penulis dapat bertahan hingga akhir perkuliahan ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga kita selalu diberikan kesuksesan. Aamiin..

Depok, 09 Agustus 2023
Penulis,

GUSNI ALIM
NIM:2411907476

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	4
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis.....	6
2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	7
2.1.3. Pihak Yang Membutuhkan Laporan Studi Kelayakan Bisnis	8
2.1.4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis	9
2.1.5. Langkah Penyusunan Awal Studi Kelayakan Bisnis	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Berfikir.....	19
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2. Jenis Penelitian.....	21
3.3. Teknik Pengumpulan Data	21
3.4. Alat Analisis.....	22
3.4.1. Aspek Pasar	23
3.4.2. Aspek Pemasaran	24
3.4.3. Aspek Manajemen.....	25
3.4.4. Aspek Teknis atau Operasional.....	27
3.4.5. Aspek Finansial	30

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.2. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	34
4.2.1. Aspek Pasar	34
4.2.2. Aspek Pemasaran.....	35
4.3. Aspek Manajemen	38
4.4. Aspek Teknis atau Operasional	42
4.4.1. Lokasi Usaha.....	42
4.4.2. <i>Layout</i>	44
4.4.3. <i>Input, Processing, Output</i>	47
4.5. Aspek Finansial	48
4.5.1. Biaya Investasi	48
4.5.2. Biaya Operasional	49
4.5.3. Pendapatan	50
4.5.4. Penilaian Investasi.....	55
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	 60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	60
 DAFTAR PUSTAKA.....	 58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Waktu Penelitian	20
Tabel 3.2. Data Yang Diperlukan Untuk Alat Analisis	22
Tabel 3.3. Aspek Pasar	23
Tabel 3.4. Strategi <i>Marketing Mix</i>	24
Tabel 3.5. PDCA	26
Tabel 3.6. Penentu <i>Layout</i>	28
Tabel 4.1. Persaingan Pasar	32
Tabel 4.2. Aspek Produk Aizen Parfum	34
Tabel 4.3. Daftar Harga Parfum Aizen Terbaru	35
Tabel 4.4. Strategi Promosi	36
Tabel 4.5. Metode PDCA Pada Aizen Parfum	37
Tabel 4.6. Pertimbangan Penentuan Lokasi Usaha Aizen Parfum	41
Tabel 4.7. Tata Letak	44
Tabel 4.8. <i>Input, Processing, Ouput</i> Aizen Parfum	46
Tabel 4.9. Kebutuhan Investasi Usaha Aizen Parfum	47
Tabel 4.10. Biaya Variabel	48
Tabel 4.11. Biaya Tetap	49
Tabel 4.12. Harga Jual Produk Aizen Parfum	50
Tabel 4.13. Unit Terjual	51
Tabel 4.14. Pendapatan Aizen Parfum	52
Tabel 4.15. Proyeksi Arus Kas	53
Tabel 4.16. Proyeksi Perkiraan Arus Kas Bersih Aizen Parfum	54
Tabel 4.17. Nilai-Nilai Kriteria Investasi Usaha Aizen Parfum	55
Tabel 4.18. <i>Net Present Value</i>	56
Tabel 4.19. Perhitungan NPV dengan DF 38% dan 39%	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Merek Parfum Lokal Paling Laris Di Shopee & Tokopedia	1
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir Penelitian	19
Gambar 4.1. Logo Aizen Parfum	31
Gambar 4.2. Saluran Distribusi Aizen Parfum	26
Gambar 4.3. Lokasi Aizen Parfum	40
Gambar 4.4. Tata Letak	43
Gambar 4.5. <i>Input, Processing, Ouput</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kartu Bimbingan	62
Lampiran 2.	Daftar Riwayat Hidup	63
Lampiran 3.	Surat Keterangan Penelitian	64