

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

Oleh:

Ahmad Fikri Hasan¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi Penulis: 220721100080@student.trunojoyo.ac.id

Abstract. *This research analyzes the marketing and financial aspects of the Marvel brand women's ballet shoes and micro businesses. Analysis of these aspects is needed to determine the development of the Marvel brand women's ballet shoe business in Osowilangun Surabaya. This research uses qualitative research methods to analyze marketing and financial aspects. For the marketing aspect, this analysis analyzes the strategies used by business owners in running their business, while in the financial aspect, researchers analyze using the payback period formula with the main aim of seeing how long it takes the owner to get his capital back. In this research, field research (Field Research) is used, namely qualitative research in which researchers go directly to the field to collect data. Furthermore, the data collection methods used were interviews with business owners and documentation. The data source for this research is primary data, where the data was obtained directly from sources or business owners of Marvel brand women's ballet shoes in Osowilangun, Surabaya city.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Micro Small Business, Shoe Business.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis aspek pemasaran dan aspek keuangan terhadap usaha mikro kecil sepatu balet wanita brand marvel. Analisis terhadap aspek aspek ini di

Received May 23, 2024; Revised May 28, 2024; June 07, 2024

*Corresponding author: 220721100080@student.trunojoyo.ac.id

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

perlu guna untuk mengetahui pengembangan usaha sepatu balet wanita brand marvel di Osowilangun Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menganalisis aspek pemasaran dan keuangan. Untuk aspek pemasaran dalam analisis ini menganalisa terkait strategi-strategi yang digunakan oleh pemilik usaha dalam menjalankan usahanya sedangkan dalam aspek keuangan peneliti menganalisa dengan menggunakan rumus payback priode dengan tujuan utama untuk melihat seberapa lama pemilik usah memperoleh modal nya kembali. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian kualitatif yang mana peneliti turun langsung kelapangan untuk mengumpulkan data-data nya. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada pemilik usaha dan dokumentasi. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah data primer yang mana data tersebut diperoleh langsung dari narasumber atau pemilik usaha sepatu ballet wanita brand marvel di Osowilangun kota Surabaya.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Usaha Mikro Kecil, Usaha Sepatu.

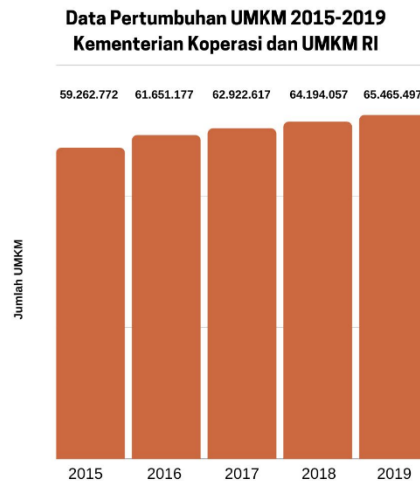
LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini perdagangan sektor swasta kini semakin meningkat di berbagai negara berkembang. Kebangkitan sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) telah menjadi bagian yang penting dalam pembangunan ekonomi dan trobosan awal dalam menciptakan lapangan kerja.¹

Usaha Kecil Menengah adalah sebuah perusahaan atau jenis usaha yang berskala kecil. Biasanya perusahaan tersebut dimiliki oleh perseorangan atau kelompok. Usaha yang dijalankan oleh Usaha Kecil Menengah yaitu seperti toko kelontong, restoran, salon kecantikan, kerajinan, dan banyak lagi, usaha tersebut biasanya didirikan oleh satu atau dua orang pendiri. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu kelompok usaha terbesar dan paling mendominasi di Indonesia. Terlebih lagi, kelompok tersebut terbukti tahan dalam berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Seiring

¹Dinar wahyudiati, PENGARUH ASPEK KEUANGAN DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA KASONGAN, (PROFITA kajian ilmu akuntansi:2018), Vol.6, No.2, 2.

berjalannya waktu usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia menaik cukup pesat dari tahun ke tahun hal itu bisa dilihat pada grafik dibawah ini:²



Sumber: Kementerian koprasi dan UKM RI 2020

Berdasarkan grafik diatas jumlah UMKM yang ada pada data tersebut merupakan hipotesis, sehingga data tersebut kurang valid atau bukan data yang sebenarnya, mengingat bahwa jumlah umkm di seluruh Indonesia begitu banyak dan kebanyakan pemilik UMKM masih belum melakukan registrasi hal tersebut membuat pemerintah cukup kesulitan untuk melakukan pendataan akan tetapi seiring bertambahnya tahun kontribusi umkm dari tahun 2015-2016 meningkat secara signifikan.

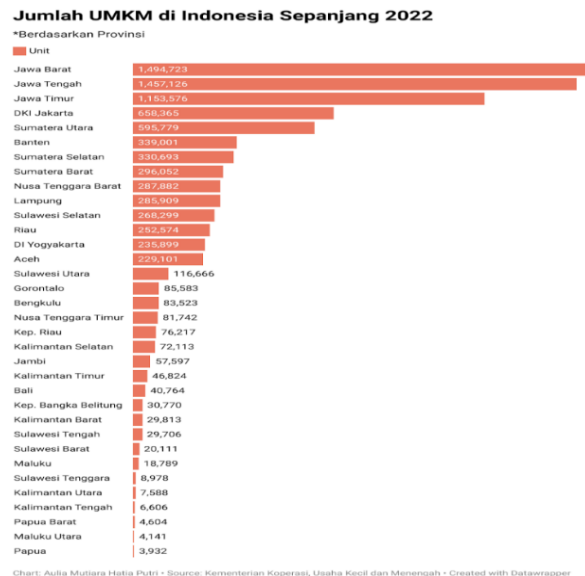
Tahun 2021 merupakan trobosan awal yang bagus dimana pemerintah memunculkan platform *Online Single Submission - Risk Based Approach* (OSS RBA) hal tersebut dapat diakses melalui www.oss.go.id. Dalam website tersebut pemilik usaha mikro kecil bisa memanfaatkan website tersebut untuk melakukan pendaftaran serta perizinan usaha di Indonesia.

Pada tahun 2022, jumlah UMKM menaik dengan pesat banyak sekali para pelaku UMKM atau pemilik usaha mendaftarkan bisnisnya di platform OOS sehingga pada tahun itu

²Tutik siswanti, ANALISIS PENGARUH ASPEK KEUANGAN DAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Study Kasus UMKM Kecamatan Makasar, Jakarta Timur), (JURNAL MITRA MANAJEMEN:2020), Vol. 11, No. 2, 143.

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

jumlah UMKM yang terdaftar mencapai 8,71 Juta Unit untuk persebaran tempatnya sebagai berikut:³



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (diolah oleh CNBC, 2023)

Pada tahun 2021 ini merupakan langkah emas bagi UMKM dimana pemerintah sudah melakukan inovasi dan kemajuan terkait pendaftaran umkm secara online sehingga masyarakat di permudah dalam menjalankan suatu usahanya. Dalam grafik tersebut kota jawa timur masuk kedalam nomor urutana ke tiga dimana unit usha di jawatimur mencapai angka 1,153,576 yang menunjukkan angka yang cukup besar di jawa timur.

Jawatimur merupakan suatu provinsi yang besar di pulau jawa dimana pusat ibukotanya yaitu kota Surabaya, kota Surabaya merupakan suatu kota metropolitan di provinsi jawa timur dan juga letak kota Surabaya ini cukup strategis sehingga sangat cocok untuk di jadikan tempat memulai bisnis salah satu nya yaitu bisnis fasion. dalam akhir akhir ini fasion sangat banyak sekali di gemari dikalangan anak anak, orang dewasa maupun orang tua dimana perkembangan zaman nmerupakan suatu trobosan yang bisa kita manfaatkan hal positif nya untuk membuka suatu usaha di bidang fhasion.

Sepatu adalah salah satu jenis alas kaki (footwear) dalam sepatu biasanya terdiri dari beberapa bagian seperti hak, sol, tali, dan lidah. Dalam pengelompokkannya sendiri terbagi menjadi beberapa macam jenis dan pilihan, sepatu biasanya dilihat dari fungsi

³Anisa Anastasya, <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia> diakses pada 19 April 2024 pukul 14:21

serta jenisnya, contohnya sepatu dansa, sepatu formal (pesta), sepatu santai (casual), sepatu olahraga (kets), sepatu kerja dan lain-lain sebagainya. Ukuran sepatu biasanya mengikuti beberapa standar dan variasi di seluruh dunia. Di perkotaan sepatu seperti menjadi keinginan (kebutuhan) yang utama karena seringkali ditemukan bahwa masyarakat kota sering beraktivitas dengan menggunakan sepatu.⁴

Untuk menentukan kelayakan suatu bisnis, perlu dilakukan Study Kelayakan. Pada saat melakukan suatu penelitian aspek-aspek berikut harus di evaluasi untuk mendukung kelayakannya, seperti aspek pasar, aspek pemasaran, aspek teknis, aspek ekonomi, aspek keuangan, aspek manajemen dan organisasi, aspek hukum, hal tersebut sangatlah penting dikarenakan dengan hal tersebut pemilik bisnis bisa melihat serta meng efisiensi terkait pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan nya.⁵

Berdasarkan data yang di peroleh dan hasil analisis dari peneliti, peneliti tersebut tertarik untuk meneleti tentang, Analisis Kelayakan Bisnis dengan menggunakan Aspek Pemasaran serta Aspek Keuangan untuk menganalisa UMKM sepatu balet wanita brand Marvel di Osowilangun Surabaya.

KAJIAN TEORITIS

Studi kelayakan bisnis

studi kelayakan adalah penyelidikan dan evaluasi apakah suatu proyek dapat berhasil dilaksanakan. Menurut para ahli studi kelayakan bisnis dalam arti sempit, sector swasta biasanya sector swasta lebih mementingkan manfaat ekonomi dari investasi. Dalam pengertian yang lebih luas, ini biasanya berarti organisasi pemerintah atau nirlaba. Selain keuntungan finansial ada manfaat lain yang perlu diperhatikan serta dipertimbangkan.⁶

Analisis studi kelayakan biasanya menyelidiki apakah suatu proyek dapat dapat menjadi proyek investasi yang berhasil dilaksanakan. Tujuan melakukan analisis kelayakan bisnis adalah untuk mencari cara dalam memanimalisir terkait hambatan dan

⁴Angga Sulistino, STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UKM PENGRAJIN SEPATU SANDAL, (Academiaedu:2010), 2.

⁵Dony Yanuar, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang, (JURNAL E-KOMOBIS:2016), Vol. 2, No.1, 42.

⁶Reza Nurul ichsan, Studi Kelayakan Bisnis(Business Feasibility Study), (Cv.Manjahadi, Medan:2019), 4.

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

resiko yang mungkin timbul di masa depan.⁷ Untuk membuat analisis studi kelayakan bisnis lebih kuat maka perlu juga di perhatikan mengenai aspek- aspek yang tidak bisa dihilangkan dalam studi analisis bisnis, yaitu:

1. Aspek sumberdaya manusia
2. Aspek pemasaran
3. Aspek produksi
4. Aspek keuangan
5. Aspek teknis
6. Aspek kemanfaatan
7. Aspek hukum
8. Aspek kesempatan kerja
9. Aspek lingkungan

Aspek pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada dengan menciptakan proses pertukaran yang saling menguntungkan. Kegiatan pemasaran tersebut meliputi perencanaan produk, kebijakan harga, periklanan, distribusi, penjualan, pelayanan, pengembangan strategi pemasaran, riset pasara, dan kegiatan pemasaran lainnya yang berkesinambungan pemasaran. Pemasaran yang pertama adalah terkait kebutuhan dan keinginan, kemudian terjadi permintaan, dilakukan upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan, dan terjadilah transaksi dan pertukaran, semua itu perlu diakhiri dengan kepuasan yang saling menguntungkan untuk semua pihak.⁸

Dalam aspek pemasaran ini memiliki beberapa elemen strategi yang digunakan untuk memaksimalkan pendapatan dalam usaha suatu bisnis, beberapa strategi yang harus di perhatikan adalah:⁹

1. Strategi Produk

⁷Nilam Sari Anggraini, Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Nyateyuk di Pekanbaru, (Riau, Universitas Islam Riau:2020), 8.

⁸Sinarji Harahap, STUDI KELAYAKAN BISNIS Pendekatan Integratif, (FEBI UIN-SU Press, Sumatra Utara:2018), 114.

⁹I Made Darsana, dkk, Strategi Pemasaran, (CV. Intelektual Manifes Media, Bandung:2023), 22.

Produk merupakan faktor utama dalam strategi pemasaran, karena menentukan bagaimana strategi tersebut akan dilakukan. Faktor-faktor seperti fungsi, tampilan, kualitas, dan kemasan produk harus dipertimbangkan dengan baik.

2. Strategi Pemasaran/ promosi

Strategi pemasaran adalah aktivitas yang dilakukan untuk memperkenalkan bisnis kepada banyak orang. Dalam hal ini banyak sekari perusahaan melakukan nya dengan cara mengiklan kan produk nya dalam media sosial dan lain lain sebagainya, iklan adalah klan adalah alat periklanan yang dapat digunakan olch perusahaan bisnis ntuk memberikan suatu informasi yang menarik dengan tujuan untuk mempengaruhi para calon konsumen.¹⁰

3. Strategi Harga

Harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk kepentingan memiliki atau memanfaatkan barang atau jasa tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan mata uang atau ukuran lain yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.

4. Strategi Lokasi dan Distrinbusi

Strategi lokasi merupakan suatu keputusan dan tindakan mendasar yang di ambil oleh manajemen perusahaan mengenai lokasi oprasional suatu bisnis yang dijalankan oleh perushaan tersebut serta tempat lokasi pemasaran hal tersebut sangat penting karena untuk meminimalisir biaya lain-lain seperti harga tempat sewa dan biaya transportasi.¹¹

Aspek keuangan

Aspek keuangan menurut Siswanto Sutojo, aspek keuangan adalah ilmu perencanaan rencana investasi proyek yang biasanya disebut sebagai ilmu pembiayaan

¹⁰Marya Yully Christine, ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN KEUANGAN PRODUK UMKM UYAH PENCOK BANJARBARU, (JURNAL EKONOMI BISNIS: 2023) Vol.9, No.1, 106.

¹¹Hari Wijaya, STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP, (AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship:2016), Vol. 01, No. 03, 181.

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

investasi proyek (*capital budgeting*). menurut Sofyan, analisis aspek keuangan adalah kegiatan mengevaluasi aspek-aspek yang dianggap tepat berdasarkan keputusan yang diambil psatuan rupiah.¹²

Sehubungan dengan itu, penentuan layak atau tidaknya suatu usaha atau investasi memerlukan proses yang cukup matang agar pemilik usaha dan investor dapat mengetahui sepenuhnya prospek usaha atau investasi tersebut di masa depan dan memerlukan persiapan analisis yang memadai. Menurut Fahmi, aspek keuangan menjadi penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha dikarenakan keputusan keuangan sangatlah pasti dan tidak bisa diambil secara sembarangan, keuangan juga dapat mempengaruhi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek evaluasi.¹³

Kasmir dan Jakfar berpendapat bahwa analisis keuangan merupakan salah satu aspek dalam mengevaluasi keuangan suatu perusahaan secara keseluruhan. Kriteria yang dapat diterapkan untuk menentukan kelayakan usaha dan investasi adalah *Net Present Value* (NPV) dan *Payback Period* (PP), tingkat pengembalian *internal* (IRR) dan indeks profitabilitas (PI)..¹⁴

M. Giatman berpendapat bahwa metode Payback Period (PP) merupakan metode yang berfungsi untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah di investasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*) tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut .¹⁵ Paybak priode merupakan metode seberapa lama investasi akan kembali atau priode yang digunakan untuk memperoleh kembali uang yang telah di investasikan dengan menggunakan aliran kas.

Metode payback period merupakan suatu metode evaluasi investasi yang banyak diterapkan oleh perusahaan karena sangat mudah dalam perhitungannya. Kelemahan pada metode ini adalah tidak memperhitungkan nilai waktu uang, mengabaikan arus kas masuk

¹²Dwi Wahyu Arti Ningsih, Studi Kelayaan Bisnis, (PT. Muara Karya, Surabaya:2019), 85.

¹³Siti Rahmadani dan Makmur, Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Ilmiah Manajemen dan Bisnis (Hiraki, Jurnal Ekonomi dan bisnis:2019), Vol.1, No. 1, 79.

¹⁴Dony Yanuar, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang, (Jurnal E-KOMBIS:2016), Vol.2, No.1, 46.

¹⁵Getrudis Maria Abuk, ANALISIS KELAYAKAN EKONOMI MENGGUNAKAN METODE NET PRESENT VALUE (NPV), METODE INTERNAL RATE of RETURN (IRR) PAYBACK PERIOD (PBP) PADA UNIT STONE CRUSHER di CV. X KAB. KUPANG PROV. NTT, (Jurnal Ilmiah Teknologi FST Undana:2020) Vol.14, No.2, 70.

yang diperoleh setelah rencana investasi mencapai payback period, dan mengabaikan nilai sisa investasi.

Meskipun metode Payback Period ini mempunyai beberapa kelemahan, namun kelebihan adalah perhitungannya sangat mudah dipahami dan cukup sederhana, memperhitungkan arus kas serta laba menurut akuntansi adalah sebagai alat pertimbangan risiko dengan artian makin kecil angka payback maka semakin rendah risiko kerugian yang di tanggung oleh pemilik modal. Adapun rumus yang digunakan melihat seberapa lama pemilik modal mendapatkan modal nya kembali:¹⁶

$$PP = \text{Investasi} / \text{Kas bersih pertahun} \times 1 \text{ tahun}$$

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di pakai dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang di rancang untuk mengungkap suatu permasalahan pada kehidupan kerja organisasi nasional, swasta, lokal, pemuda, perempuan, olahraga, seni dan budaya dan digunakan untuk menginformasikan implementasi kebijakan untuk kepentingan kesejahteraan bersama. Pendekatan kualitatif dengan fokus penelitian mengenai analisis studi kelayakan bisnis yang mana nanti ditinjau dari aspek Pasar, aspek Pemasaran dan aspek keuangan pada UMKM produksi sepatu balet wanita brand marvel di Osowilangun Surabaya.¹⁷

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Produksi se patu balet wanita yang bergerak dibidang fashion wanita. Dengan Alamat di Jl. Tambak Gang 7 No.1, Osowilangun, Surabaya Jawatimur. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024 sampai selesai.

Teknik Pengambilan data

Untuk memperoleh suatu data dalam penelitian ini perlu dilakukan nya metode-metode yang di perlukan, metode yang dimaksud yaitu:

¹⁶Aniesatun Nurul Aliefah, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen, (LABATILA, Jurnal Ilmu Ekonomi Islam:2022), Vol.6, No.1, 30.

¹⁷Akbar Hardiyanti, STRATEGI PENGEMBANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN KOPRA DALAM SISTEM SYARIAH (Studi Kasus Didesa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe), (Asyariah:2019), Vol.1, No.1, 71.

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan Tanya jawab tatap muka antara pewawancara dan orang yang diwawancarai mengenai permasalahan yang diteliti, dimana pewawancara mengajukan pertanyaan mengenai persepsi, sikap, dan pemikiran orang yang diwawancarai mengenai permasalahan yang diteliti. Karena wawancara dirancang oleh pewawancara, hasilnya juga bergantung pada kepribadian pewawancara.¹⁸

Pada penelitian ini, Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada sang pemilik usaha sepatu balet wanita brand marvel yang mana pertanyaan yang diberikan oleh penulis tertulis dalam naskah lembaran dengan pertanyaan terkait studi kelayakan bisnis dalam Aspek Pemasaran, Pasar, dan Keuangan serta pertanyaan- pertanyaan lain yang masih berketerkaitan dengan penelitian ini yang nantinya akan direkam dengan menggunakan alat bantu smart phone sebagai bukti bahwa peneliti pernah melakukan wawancara di UMKM sepatu balet wanita brand marvel di Osowilangun, Surabaya Jawa timur.

2. Dokumentasi

Dokumen” dalam bahasa Inggris berarti satu atau lebih lembar kertas formal yang terdapat tulisan di atasnya. Dokumentasi adalah proses mencatat dan melestarikan data bermakna dan informasi faktual ketika melakukan kegiatan. Dokumen secara umum dapat dipahami sebagai catatan asli atau dokumen asli yang dapat diverifikasi atau dijadikan alat bukti dalam permasalahan hukum. Dapat disimpulkan bahwa dokumen adalah surat tertulis/cetak yang dapat digunakan sebagai bukti keterangan (misalnya akta kelahiran, akta nikah, formulir persetujuan, dan lain-lain).¹⁹

Dalam penelitian ini peneliti melakukan dokumentasi atas bukti penelitian nya dengan cara merekam memfoto setiap kegiatan dan juga tempat, bahan baku serta pemilik usaha UMKM yang mana dokumen tgersebut bisa dijadikan bukti

¹⁸Tri Rahayu Ramadhan, NASABAH PASAR BANARAN TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH SUKOWATI SRAGEN, (AN-NISBAH:2023), Vol.4, No.1, 6.

¹⁹Sih Rini Handayani, Dokumentasi Kebidanan, (KEMENTRIAN KESEHATAN INDONESIA:2017), 2.

bahwa peneliti pernah melakukan penelitian di tempat produksi sepatu balet wanita brand marvel di Osowilangun, Surabaya Jawa timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

Dalam UMKM ini dapat dianalisis terkait macam-macam indikator bauran pemasaran, berikut beberapa strategi bauran:

a. Strategi Produk

Dalam UMKM ini menyediakan banyak model bentuk sepatu yang menarik dimana model sepatu sejalan dengan perkembangan zaman dan juga banyak sekali pilihan warna mulai dari hitam, coklat, putih tulang dan lain sebagainya, strategi produk yang dilakukan oleh UMKM ini dengan cara memberikan nama pada produk nya agar masyarakat mengenal produk sepatu balet ini dengan nama Marvel sebagai suatu ciri khas nama yang di berikan oleh pemilik perusahaan.

b. Strategi pemasaran/ promosi

Dalam strategi promosi ini hal yang dilakukan oleh pemilik usaha ini yaitu melakukan promo menarik ketika hari raya dan juga pada saat tahun baru dikarenakan pada saat itulah cukup banyak sekali peminat dari produk sepatu ini dan pada saat itu pun produksi sepatu itu mengalami kenaikan secara signifikan sehingga toko- toko distributor meminta tambahan stok lebih banyak di bandingkan dengan hari hari biasa.

c. Strategi harga

Strategi harga pada UMKM ini di tetapkan berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan, yang mana hal tersebut telah di perhitungkan dengan rumus ($HPP = \text{persediaan awal} + \text{pembelian bersih} - \text{persediaan akhir}$) sehingga terbentuknya harga pokok penjualan selain itu pendapatan harga pada perusahaan ini juga sudah dianalisis tujuannya dengan diterapkan nya harga yang cukup terjangkau agarpara distributor mau mengambil barang tersebut secara banyak dan juga agar semua kalangan bisa mendapatkan sepatu ini sehingga produksi bisa berjalan terus menerus dan juga para customer merasa puas dan dapat bersaing dengan prosuk produk besar lainnya di dalam pasar.

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

d. Strategi lokasi dan distribusi

Lokasi tempat pembuatan sepatu berada dirumah kediaman pemilik usaha lebih tepat nya di lantai dua dimana tempat tersebut dinilai cukup bagus karena kondisi tempat nya yang bersih dan cukup luas dan juga tidak memakan biaya tempat untuk lokasi tempat nya juga cukup dekat dengan dengan pasar-pasar distributor yang ada di kota Surabaya sehingga harga ongkos nya tidak terlalu mahal.

Dalam strategi distribusi yang dilakukan oleh pemilik usaha yakni dengan membangun kepercayaan pada pemilik- pemilik toko yang ada di pasaran di area Surabaya dengan cara memasok para toko toko tersebut dan juga pemilik usaha juga membangun kepercayaan pada kota-kota lain sehingga seringkali menerima pesanan dalam jumlah besar yang ada di kota Surabaya dengan itu dalam usaha ini berjalan dengan lancar dan pemilik usaha mendapatkan keuntungan secara maksimal.

Aspek Keuangan

Modal

Dalam usaha penjualan sepatu balet ini pemilik perusahaan hanya menggunakan uang pribadi sebagai modal awal dalam membuka suatu usaha yang di kembangkan nya selama bertahun tahun sehingga profit atau modal nya berputar kepada pemilik usaha nya sendiri.

Tabel 1. Modal Usaha

Peralatan dan peralatan	1.500.000
Bahan	191.500/ 1kodi
Biaya tukang	10.000/ 1 kodi
Biaya transportasi	60.000/1kodi
Biaya listrik	50.000/bulan
Total	1.801.500

Dalam penjualan produk dari perusahaan ini yaitu perkodi dimana dalam penjualan sendiri 1 kodi nya 800.000 untuk bahan nya sendiri dalam 1 kodi 265.500 sehingga dapat di simpulkan keuntungan yang di dapat dalam satuan kodi yaitu 538.500.

Payback Priode

Dalam usaha ini permintaan terhadap sepatu tersebut yakni 4kodi sehingga dapat dijumlahkan bahwa pendapatan bersih perbulan adalah 2.154.000. Berdasarkan rumus yang sudah tertera sebelumnya maka:

PP= Investasi/ Kas Bersih pertahun x 1 tahun

PP= Rp 1.801.500 / (Rp 2.154.000 x 12 bulan) x 1tahun

=0,08

Berdasarkan hasil perhitungan dalam payback period, di diketahui bahwa pengembalian modal dari usaha sepatu balet wanita brand Marvel yakni 8 minggu

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan UMKM sepatu ballet wanita brand marvel, Dalam aspek pemasran produk sepatu ini sudah layak untuk dipasarkan dari segi kualitas dan kenyamanan sangat pas tidak lupa juga dari pilihan warna, model dan bahan baku yang digunakan juga berkuailat namun dalam produk ini dari segi promosi nya masih kurang efisien pemelik usaha dalam menjalankan usaha hanya menjual produk nya dengan cara menitipkan ke toko toko yang ada dipasar Surabaya tanpa melalui promosi-promosi online seperti Instagram, facebook, tiktok dan media sosial lainnya sehingga orang- orang akan lebih mengenal produk nya, dalam aspek keuangan sendiri usaha sepatu balet ini berdasarkan kriteria kelayakan menghasilkan payback priode hanya dalam waktu 8 minggu sehingga dapat disimpulkan pemilik modal untuk memperoleh kembali modal awal hanya di butuhkan waktu 8 minggu hal tersebut sangat menguntungkan pemilik usaha tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan modal nya kembali secara cepat.

Berdasarkan kesimpulan yang ada pada penelitian ini maka peneliti menyarankan agar pemilik usaha sepatu balet agar lebih memperluas lagi saluran distribusi nya selain saluran distribusinya peneliti juga menyarankan agar pemilik usaha sepatu balet peneliti juga menyarankan agar pemilik usaha sepatu balet dalam strategi promosinya harus lebih efektif lagi dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai atau media masa seperti facebook, Instagram, tiktok dan lain-lain langkah ini bisa digubakan sebagai trobosan atau langkah awal produk sepatu balet ini bisa dikenal oleh masyarakat yang lebih luas

ANALISIS ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI SEPATU BALLET WANITA BRAND MARVEL DI OSOWILANGUN SURABAYA DALAM PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

DAFTAR REFERENSI

- Abuk, Getrudis Maria, ANALISIS KELAYAKAN EKONOMI MENGGUNAKAN METODE NET PRESENT VALUE (NPV), METODE INTERNAL RATE of RETURN (IRR) PAYBACK PERIOD (PBP) PADA UNIT STONE CRUSHER di CV. X KAB. KUPANG PROV. NTT, (Jurnal Ilmiah Teknologi FST Undana:2020) Vol.14, No.2, 70.
- Aliefah, Aniesatun Nurul, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen, (LABATILA, Jurnal Ilmu Ekonomi Islam:2022), Vol.6, No.1, 30.
- Anastasya, Anisa, <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia> diakses pada 19 April 2024 pukul 14:21
- Anggraini, Nilam Sari, Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Nyateyuk di Pekanbaru, (Riau, Universitas Islam Riau:2020), 8.
- Christine, Marya Yully, ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN KEUANGAN PRODUK UMKM UYAH PENCOK BANJARBARU, (JURNAL EKONOMI BISNIS: 2023) Vol.9, No.1, 106.
- Darsana, I Made, dkk, Strategi Pemasaran, (CV. Intelektual Manifes Media, Bandung:2023), 22.
- Handyan, Sih Rini, Dokumentasi Kebidanan, (KEMENTRIAN KESEHATAN INDONESIA:2017), 2.
- Harahap, Sinarji, STUDI KELAYAKAN BISNIS Pendekatan Integratif, (FEBI UIN-SU Press, Sumatra Utara:2018), 114.
- Hardiyanti, Akbar, STRATEGI PENGEMBANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN KOPRA DALAM SISTEM SYARIAH (Studi Kasus Didesa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe), (Asyarikah:2019), Vol.1, No.1, 71.
- Ichsan, Reza Nurul, Studi Kelayakan Bisnis(Business Feasibility Study), (Cv.Manjahadi, Medan:2019), 4.
- Ningsih, Dwi Wahyu Arti, Studi Kelayaan Bisnis, (PT. Muara Karya, Surabaya:2019), 85.

- Rahmadani , Siti, Makmur, Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Ilmiah Manajemen dan Bisnis (Hirradi, Jurnal Ekonomi dan bisnis:2019), Vol.1, No. 1, 79.
- Ramadhan, Tri Rahayu, NASABAH PASAR BANARAN TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH SUKOWATI SRAGEN, (AN-NISBAH:2023), Vol.4, No.1, 6.
- Siswanti,Tutik, ANALISIS PENGARUH ASPEK KEUANGAN DAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Study Kasus UMKM Kecamatan Makasar, Jakarta Timur), (JURNAL MITRA MANAJEMEN:2020), Vol. 11, No. 2, 143.
- Sulistino, Angga, STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UKM PENGRAJIN SEPATU SANDAL, (Academiaedu:2010), 2.
- Wahyudiati, Dinar, PENGARUH ASPEK KEUANGAN DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA KASONGAN, (PROFITA kajian ilmu akuntansi:2018), Vol.6, No.2, 2.
- Wijaya, Hari, STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP, (AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship:2016), Vol. 01, No. 03, 181.
- Yanuar, Dony, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang, (JURNAL E-KOMOBIS:2016), Vol. 2, No.1, 42.
- Yanuar, Dony, Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang, (Jurnal E-KOMBIS:2016), Vol.2, No.1, 46