

***FEASIBILITY ANALYSIS OF BUSINESS "AMALIA BOUTIQUE"  
PT WARNA WARNI AMALIA AS MUSLIMAH FASHION IN  
SOUTH JAKARTA***

**Dian Amalia Handayani**  
Amalia Boutique  
Email: [dhandayani@gmail.com](mailto:dhandayani@gmail.com)

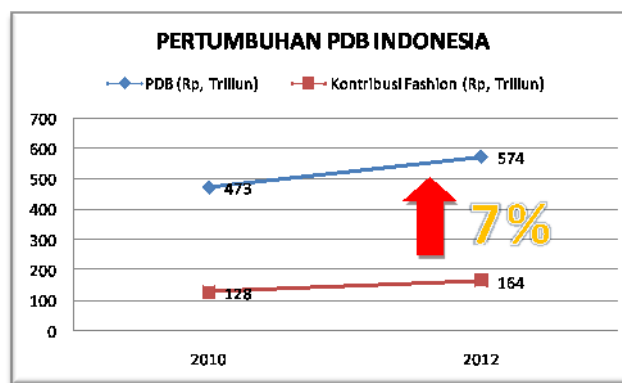
***ABSTRACT***

*This research aims to determine the feasibility of Muslimah fashion business "Amalia Boutique" by analyzing from several aspects including the legal aspects, environmental aspects, market aspects and marketing, technical and technological aspects, and aspects of human resource management, and financial aspects. Object of this study is "Amalia Boutique", is engaged in the business of fashion Muslimah. The design of this research is a descriptive study using qualitative techniques. Primary data collection techniques in this study is the observation to determine the location of Muslim fashion boutiques and stores in South Jakarta and the observation of the use of hijab. As for the secondary data obtained by researchers obtained from several sources such as the BPS, books, reports, journals, and the internet. The results of the analysis of the feasibility study "Amalia Boutique" is feasible when viewed from the sixth aspect.*

*Keywords: feasibility study, Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Pofitability Index (PI), Internal Rate of Return (IRR), Accounting Rate of Return (ARR).*

## PENDAHULUAN

*Fashion* merupakan suatu hal yang sangat digemari khususnya bagi kaum wanita. *Trend fashion* yang selalu berubah-ubah menjadi *trend center* untuk selalu diikuti perkembangannya. Perempuan sebagai pengguna dan pencinta *fashion* cenderung memiliki anggapan bahwa *fashion* dapat menunjukkan identitas diri, style, dan menambah kepercayaan diri. Pertumbuhan bisnis *fashion* muslimah tahun 2013 di Indonesia semakin pesat. Beberapa faktor diantaranya, faktor pertama adalah dengan lahir sebuah komunitas wanita muslim yang sangat menggemari *fashion style* hijab. Komunitas ini dinamakan *Hijabers Community* Indonesia yang didirikan pada 27 November 2010 di Jakarta. Acara pertama yang diadakan oleh komunitas ini pada 19 Maret 2011 dihadiri oleh kurang lebih 500 orang. Berawal dari aktivitas ini, *fashion style* hijab di Indonesia dikenal dan menjadi langkah awal sebuah hijab dapat menjadi *trend* dalam berbusana bagi kaum muslimah. Faktor kedua yang mendorong tumbuhnya usaha di sektor *fashion* adalah pertumbuhan makro ekonomi Indonesia yang terus membaik sehingga meningkatkan daya beli masyarakat, kata Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Syarifuddin Hasan saat membuka *fashion* dan Aksesori Expo di SME Tower Jakarta, Rabu (3/4/13) selain itu pertumbuhan hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya nilai PDB Indonesia dan semakin besarnya kontribusi bisnis *fashion* terhadap PDB seperti grafik 1. 1 berikut :

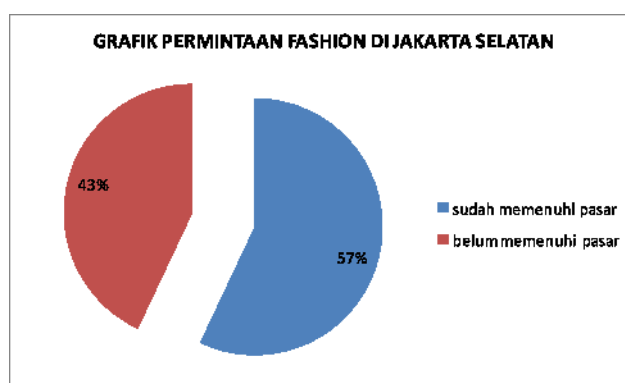


Grafik 1. 1 Pertumbuhan PDB Indonesia

(Sumber : <http://www.jurnas.com/news/82919.Jan2014>)

Melihat peluang bisnis *fashion* muslimah yang begitu besar dan kebutuhan setiap individu terhadap kebutuhan pangan (pakaian) menjadikan bisnis *fashion* digemari oleh para peminat usaha. Banyak *brand* baru bermunculan dengan

koleksi-koleksi yang menarik dan harga terjangkau. Setiap *brand* menciptakan hasil rancangan yang khas dan unik agar mudah diingat dan menarik pelanggan. Berdasarkan data BPS tahun 2014, bisnis fashion wanita masih memiliki peluang sebesar 43% seperti grafik 1.2 sbb :



Grafik 1. 2 Permintaan *Fashion* di Jakarta Selatan

(Sumber : <http://www.bps.go.id/Mar.2014>)

Sedangkan menurut hasil observasi dari PT. YPMI menunjukkan bahwa dengan pakaian seragam sama yang digunakan setiap hari (1 minggu atau 5 hari kerja), pegawai muslimah dapat menggunakan 5 buah jilbab yang berbeda-beda dalam setiap minggunya. Dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa peluang pasar hijab berpotensi berkembang pesat sehingga berpotensi untuk dikembangkan.

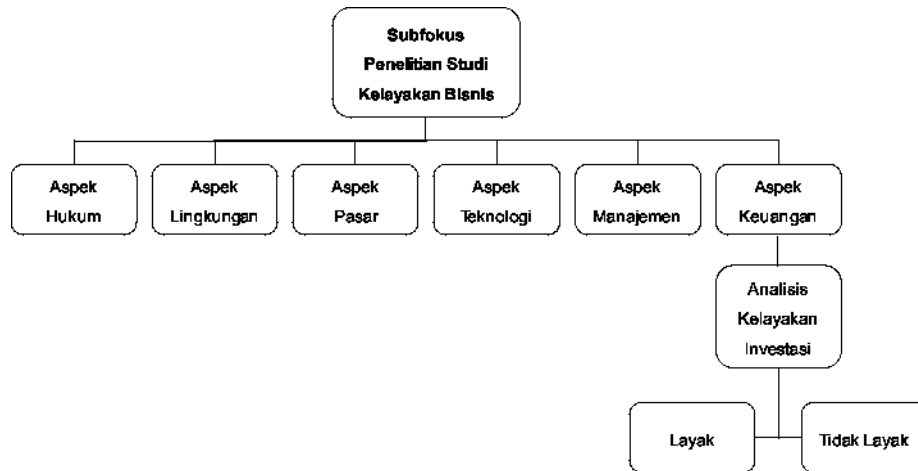
Pangsa pasar bisnis *fashion* muslimah di Indonesia memang besar dikarenakan mayoritas penduduknya muslim dan menggunakan hijab untuk kaum wanita. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, dari 80 mall di DKI Jakarta dari 12 Mall yang diobservasi menunjukkan jumlah penyewa (*tenant*) sebanyak 204. Jika dilihat dari aspek lingkungan hal ini menjadi salah satu faktor pendukung bagi bisnis *fashion* muslimah. Namun kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan intensitas persaingan yang semakin ketat membuat bisnis *fashion* muslimah tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam memulainya. Banyak aspek lain yang harus dianalisis lebih lanjut untuk bisnis ini. Kelayakan bisnis *fashion* muslimah dengan melihat beberapa aspek lain harus dilakukan agar investasi terhadap bisnis ini dapat memberikan keuntungan sesuai yang diinginkan pebisnis.

Jika dilihat dari aspek hukum, bisnis *fashion* muslimah harus memperhatikan perizinan seperti ketentuan hukum Indonesia sedangkan aspek sosial ekonomi dan budaya berkaitan dengan dampak yang diberikan kepada masyarakat dengan adanya bisnis ini. Aspek ketiga yang perlu diperhatikan adalah aspek pasar dan pemasaran yaitu menentukan potensi pasar *fashion* muslimah, keinginan pelanggan terhadap *trend up to date*, strategi untuk meraih pasar potensial, dan cara melakukan pemasaran seperti *online shop*. Aspek teknis dan teknologi juga perlu dianalisis dalam memilih lokasi penjualan, menentukan persediaan bahan baku dan operasional dan skala produksi. Aspek penting lainnya adalah manajemen dan SDM, monitoring aktivitas pengembangan bisnis dari awal dan bagaimana cara mengelola sumber daya manusia menjadi SDM yang memiliki kemampuan baik dalam hal *fashion*.. Aspek ke enam yaitu keuangan sebagai metode yang digunakan untuk menilai kelayakan investasi, yaitu *payback period*, *net present value*, *profitability indeks*, *internal rate of return*, dan *average rate of return*.

Untuk merealisasikan *brand fashion* muslimah “Amalia Butik”, proses pembuatan badan hukum akan dilakukan jika dilihat dari aspek lain bisnis ini layak untuk direalisasikan. Adapun biaya investasi yang dibutuhkan untuk merealisasikan bisnis ini sebesar Rp300.000.000,- 70% dibiayai oleh bank dan 30% akan dibiayai sendiri. Jika studi kelayakan bisnis ini dinyatakan layak untuk direalisasikan, sumber pendanaan dapat pula diajukan kepada investor yang ingin menanamkan modal pada bisnis ini.

#### **FOKUS DAN SUBFOKUS PENELITIAN**

Fokus penelitian yang akan dianalisis adalah studi kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik”. Studi kelayakan bisnis yang mendalam terhadap subfokus penelitian perlu dilakukan pada beberapa aspek seperti gambar 1. 1 berikut :



Gambar 1.1 Subfokus Penelitian Studi Kelayakan Bisnis

### Rumusan Masalah

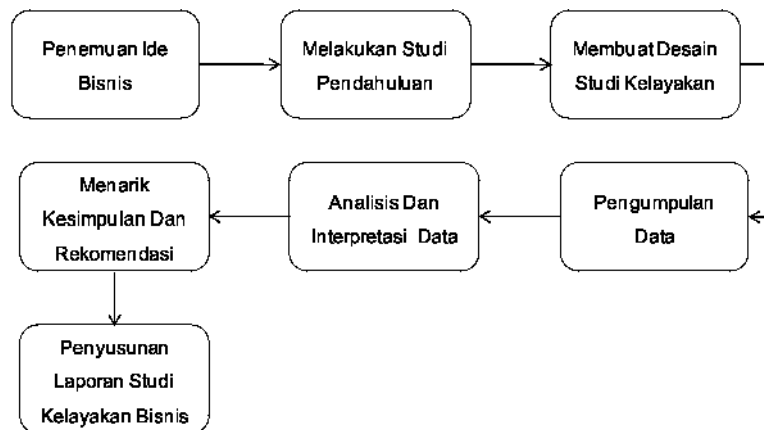
Perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” layak untuk dijalankan?
2. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek hukum?
3. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek lingkungan?
4. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek pasar & pemasaran?
5. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek teknis & teknologi?
6. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek manajemen dan sumber daya manusia?
7. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek keuangan?
8. Alternatif apa yang akan dilakukan jika hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” tidak layak?

## KAJIAN TEORITIK

### Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah 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 negative yang ditimbulkan. Penyusun studi kelayakan bisnis sebagai salah satu metode ilmiah pada umumnya meliputi beberapa langkah kegiatan, yang secara umum dapat dilihat pada Gambar 2. 1 Sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

### Aspek-aspek Dalam Studi Kelayakan Bisnis

#### 1. Aspek Hukum

Aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Dalam aspek hukum ada beberapa hal yang harus diperhatikan. *Who* (siapa pelaksana bisnis), *what* (bisnis apa yang akan dibuat), *where* (dimana bisnis akan dilaksanakan), *when* (kapan bisnis akan dilaksanakan) dan *how* (bagaimana

bisnis dilaksanakan).

#### 2. Aspek Lingkungan

Lingkungan bisnis dapat didefinisikan sebagai semua unsur yang ada di luar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku bisnis yang

dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Lingkungan operasional perusahaan meliputi pesaing, pemasok, pelanggan, kreditor, dan pegawai. Analisis pesaing dalam lingkungan operasional dapat dilakukan dengan menggunakan matriks profil persaingan (*Competitive Profile Matrix / CPM*) dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threads / SWOT*).

### 3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Permintaan potensial merupakan permintaan sejumlah produk yang akan dibeli oleh masyarakat pada masa yang akan datang. Analisis tren merupakan metode analisis yang digunakan untuk memproyeksikan penjualan pada masa yang akan datang berdasarkan pada data sebelumnya. Ruang lingkup pemasaran dapat disederhanakan menjadi empat kebijakan pemasaran yang dapat dikontrol disebut sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*place*). Kotler (1997) menyatakan bahwa strategi pemasaran modern secara umum terdiri dari tiga tahap, yaitu segmentasi pasar (*segmentation*), penetapan pasar sasaran (*targeting*), dan penetapan posisi pasar (*positioning*).

### 4. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi merupakan aspek yang penting untuk dipertimbangkan. Beberapa hal yang perlu dianalisis pada aspek teknis dan teknologi adalah pemilihan lokasi pabrik, Penentuan skala produksi, Pemilihan mesin dan peralatan, Penentuan layout pabrik, Pemilihan teknologi.

### 5. Aspek Manajemen & Sumber Daya Manusia

Analisa aspek manajemen lebih menekankan pada proses dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada proses pembangunan bisnis, sedangkan analisis aspek sdm menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik jenis/mutu maupun jumlah sdm yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.

### 6. Aspek Keuangan

Pada bagian ini aspek yang akan dianalisis adalah aspek finansial yang bertujuan untuk membandingkan pengeluaran dengan pendapatan, seperti ketersediaan dana, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang

telah ditentukan, dan menilai apakah bisnis akan dapat terus berkembang. Sebelum melakukan investasi, perlu dilakukan suatu studi kelayakan yang ditinjau dari sisi keuangan dengan menggunakan beberapa metode penilaian yang satu dengan lainnya saling melengkapi. Aliran kas (*cash flow*) adalah gerakan aliran kas masuk dan kas keluar. *Cash flow* tidak sama dengan *profit* (laba). Perubahan profit tidak selalu diikuti oleh perubahan *cash flow*. Laporan keuangan dasar merupakan sumber informasi utama tentang kinerja keuangan perusahaan. Hanya dengan pemahaman tentang laporan-laporan tersebutlah, kita bisa belajar tentang bisnis dan sedikit banyak tentang keuangan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode dan Prosedur Penelitian

Desain pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik kualitatif. Prosedur dan tahap-tahap yang harus dilalui dalam penelitian ini seperti gambar flow 3. 1 sebagai berikut :

Input	Proses	Output	Keterangan
IDE	Pencarian	Data	Langkah awal untuk
	Data pendukung	sekunder	melakukan analisis kelayakan bisnis adalah munculnya ide. Kemudian untuk mendukung ide tersebut
<b>Tidak Layak</b>	Uji analisis kelayakan bisnis		Langkah kedua adalah melakukan uji kelayakan bisnis. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerugian sebelum bisnis berjalan. Adapun beberapa aspek yang perlu diuji
	Analisis		Langkah selanjutnya adalah menganalisa dengan melihat aspek-aspek tersebut kemudian disimpulkan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Jika belum layak Uji analisis kelayakan bisnis
	Selesai	Amalia Butik	selesai



Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian

## **HASIL PENELITIAN**

### **Aspek-aspek kelayakan**

#### **1. Aspek Hukum**

##### **(Who) Pelaksana bisnis**

“Butik Amalia” merupakan merk *fashion* muslimah yang berbentuk perusahaan Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Warna Warni Amalia.

##### **(What) Jenis bisnis yang akan dibuat**

*Fashion* muslimah “Butik Amalia” memenuhi anggaran dasar perusahaan sebesar Rp150.000.000,-. Berdasarkan data dari hasil observasi di 12 mall Jakarta Selatan, jumlah butik *fashion* muslimah di Jakarta Selatan berjumlah 204 penyewa (*tenant*). Sedangkan menurut data dari BPS jumlah penduduk muslimah di Jakarta Selatan sebanyak 935.792 orang. Menurut SK Gubernur Jakarta Selatan Nomor 123 tahun 2013, kenaikan UMP DKI Jakarta pada tahun 2014 menjadi Rp2.441.000,-.

##### **(Where) Tempat *fashion* “Butik Amalia”**

Rencana pendirian “Butik Amalia” di mall Jakarta Selatan. Untuk memastikan tempat berdirinya, akan dibahas lebih detail pada aspek teknik dan teknologi. Sedangkan untuk *workshop* atau tempat proses pembuatan *shawl* dan pakaian bertempat di Jl. Rengas Jakarta Selatan.

##### **(When) Periode bisnis akan dilaksanakan**

Pengoperasian “Butik Amalia” akan direalisasikan di Bulan Januari 2015.

#### **2. Aspek Lingkungan**

Dalam menganalisis \_\_lingkungan pesaing, dari analisis dengan menggunakan CPM \_\_\_\_\_, dapat disimpulkan bahwa nilai total “Butik Amalia” sebesar 3.5 lebih kecil dari nilai total Missmarina dan Elhasbu. Faktor strategi “Butik Amalia” yang masih lemah dibandingkan pesaingnya adalah faktor strategi promosi (3 bobot skor) dan *brand image* (2 bobot skor). Adapun upaya “Butik Amalia” untuk meningkatkan promosi dan *brand image* dibahas \_lebih rinci pada analisis SWOT. Alat kedua

yang digunakan untuk melakukan \_\_ analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis adalah SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threads*). Beberapa strategi yang dilakukan “Butik Amalia” terhadap analisis SWOT seperti tabel 5. 1 berikut :

Tabel 5. 1 Strategi Analisis SWOT “Amalia Butik”

SO Strategy	WO Strategy
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengoptimalkan penjualan dengan pelayanan yang ramah dan desain yang syar'i dan unik</li> <li>• Menjual produk tidak hanya offline namun juga dengan cara online melalui media sosial</li> <li>• Memberikan diskon / HTM (Harga Tiket Masuk) gratis untuk acara-acara CSR "Butik Amalia"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja sama dengan para perancang busana muslimah muda dengan cara <i>sharing profit</i> (berbagi keuntungan)</li> <li>• <i>Endorse</i> model-model muda untuk membangun <i>brain image</i> pasar</li> <li>• Mengikuti acara-acara / bazar dalam dan luar negeri sebagai bentuk publikasi terhadap rancangan yang dibuat baik "Butik Amalia"</li> <li>• Bergabung bersama komunitas UKM binaan pemerintah seperti UKM Smesco</li> <li>• Menghadari <i>fashion show</i> dalam dan luar negeri</li> </ul>
ST Strategy	WT Strategy
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari supplier material yang berkualitas dan harga terjangkau</li> <li>• Pemasaran dan promosi di media-media sosial</li> <li>• <i>Up to date</i> terhadap selera <i>fashion</i> khususnya di Jakarta Selatan</li> <li>• Mengikuti event-event seperti <i>fashion show</i> designer ternama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskon harga untuk acara-acara tertentu (<i>customer day</i>)</li> <li>• Melakukan evaluasi terhadap keinginan <i>fashion</i> pasar dengan kuesioner per 3 bulan sekali atau <i>sharing session</i></li> <li>• Membuat tema-tema menarik sebagai bentuk promosi setiap hari untuk menjaga loyalitas pelanggan seperti : pelanggan yang menggunakan kaos putih hari ini akan mendapatkan diskon 10%</li> </ul>

Untuk menganalisis seberapa besar ketertarikan bisnis *fashion* muslimah khususnya “Butik Amalia”, penulis melakukan analisis dengan alat *Five Forces Model*. Dari lima kekuatan yang dianalisis dapat disimpulkan bahwa bisnis *fashion* muslimah “Butik Amalia” adalah bisnis yang menarik untuk dijalankan.

### 3. Aspek Pasar & Pemasaran

#### a. Produk (*Product*)

Produk yang dijual “Butik Amalia” adalah pakaian dan shawl dengan tema *trendy, simple, and syar'i*. Adapun kemasan produk

“Butik Amalia” ́ dirancang dengan konsep “Go Green” sebagai wujud apresiasi terhadap kepedulian lingkungan.

b. Harga (*Price*) Tabel 5. 5 Harga Produk “Butik Amalia”

Produk		BEP (pcs)		BEP (Rp)
Shawl	Rp 25.000		0	Rp 7.850.000
Pakaian	Rp 265.000	199		Rp 29.850.000

c. Promosi (*Promotion*)

Jenis promosi yang akan dilakukan “Butik Amalia” diantaranya adalah promosi *offline* dan promosi *online*.

d. Distribusi Skema distribusi “Butik Amalia” adalah sebagai berikut :



Skema ini artinya adalah “Butik Amalia” langsung mendistribusikan produkproduknya kepada pelanggan.

**4. Aspek Teknik & Teknologi**

Alternatif lokasi diantaranya adalah Mall ITC Kuningan dan ITC Fatmawati. Estimasi biaya lokasi di tahun 2015 untuk Mall ITC Kuningan > Mall ITC Fatmawati (Rp775.992.000,- > Rp768.992.000,-) namun dikarenakan beberapa faktor startegi pada metode pembobotan lebih besar Mall ITC Kuningan maka lokasi “Butik Amalia” akan didirikan di Mall ITC Kuningan.

Hal selanjutnya yang dibahas dalam aspek teknik dan teknologi adalah penentuan skala produksi. Berdasarkan asumsi yang dibuat untuk membuat 3 potong shawl dan 3 potong pakaian, sebagai berikut :

Tabel 8. Asumsi-Asumsi Penentuan Skala Produksi

Produk	Bahan A (meter)	Bahan B (meter)	Jumlah bahan (meter)	Jumlah bahan A (meter)	Jumlah bahan B (meter)	Keuntungan
Shawl	1,5	0,5	1,2	0,8		Rp 90.000
Pakaian	b	b	K	n45		Rp 210.000

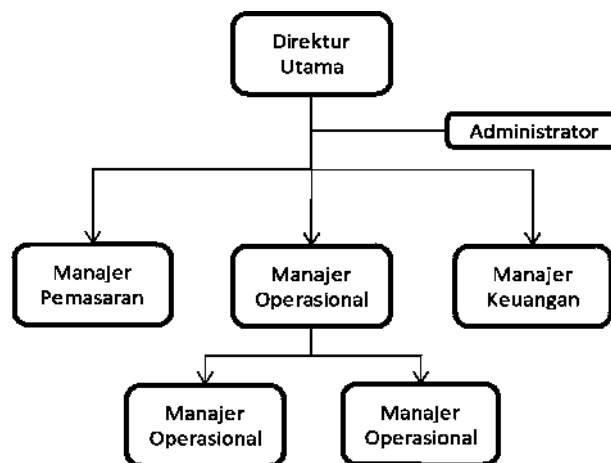
### 5. Aspek SDM & Manajemen

Dua jenis profesi yang dibutuhkan “Amalia Butik” adalah profesi keahlian dan operasional, seperti tabel 5. 9 Jenis Profesi & Jumlah SDM sebagai berikut :

Tabel 9. Jenis Profesi & Jumlah SDM

Jenis Profesi	Spesifikasi Profesi	Jumlah SDM (orang)
Keahlian	Keuangan	1
	Pemasaran	1
	Administrasi	1
Operasional	Perancang Busana	2
	Penjahit	6

Sedangkan untuk bentuk struktur organisasi, “Butik Amalia” memilih struktur organisasi fungsional seperti gambar 10 berikut :



## 6. Aspek Keuangan

Kesimpulan yang didapat dari laporan laba rugi “Butik Amalia” adalah:

1. Untuk setiap produk, pendapatan “Butik Amalia” sekitar Rp0,5 pada laba kotor (laba kotor 207,360 juta ÷ penjualan 414,720 juta) di tahun 2019.
2. Laba usaha Rp0,1 (laba usaha 40,897 juta ÷ penjualan 414,720 juta) di tahun 2019.
3. Pendapatan bersih Rp0,016 (pendapatan bersih 6,750 juta ÷ penjualan 414,720 juta) di tahun 2019.

“Amalia Butik” menggunakan tiga sumber uang untuk membiayai pertumbuhan perusahaan :

1. Saldo laba mulai meningkat dari tahun 2018 ke tahun 2019 sebesar 26,750 juta.
2. Peminjaman hutang usaha kepada *supplier* pun meningkat 11,66 juta dari tahun 2015 ke tahun 2016.
3. Aset “Butik Amalia” meningkat dari tahun ke tahun, dari tahun 2015 sampai tahun 2016 asetnya meningkat menjadi 56,3 juta.

Lima metode yang dipertimbangkan untuk dipakai dalam penilaian aliran kas dari suatu investasi, yaitu :

### 1. Metode *Payback Period*

Method payback periode merupakan metode yang paling sederhana, metode ini tidak memperhitungkan PV tiap akhir tahunnya hanya mengkumulatifkan antara akhir tahun sebelum dan sesudahnya. Dengan menggunakan metode PP, dapat diketahui bahwa waktu yang dibutuhkan untuk kembalinya modal adalah 3 tahun 3 bulan.

### 2. Metode *Net Present Value* (NPV)

NPV dikatakan baik jika  $> 0$ . Nilai NPV “Butik Amalia” adalah 445,380 juta artinya nilai tersebut positif atau  $> 0$ .

### 3. Metode *Profitability Index* (PI)

Sama seperti NPV, semakin tinggi PI semakin baik. Nilai PI “Butik Amalia” adalah 2,5 (layak, karena  $> 1$ )

#### 4. Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Dapat diketahui *rate of return* dari “Butik Amalia” adalah sebesar 46% artinya adalah dari modal 300 juta di awal, tingkat pengembalian modal “Butik Amalia” meningkat menjadi 438 juta.

#### 5. Metode *Average Rate of Return* (ARR)

Metode ARR juga disebut metode perhitungan ROI (*Return on Investment*). Semakin besar nilai ARR atau nilai ROI suatu proyek, proyek tersebut semakin menarik. Nilai ARR “Butik Amalia” adalah 134,8% sehingga bisnis ini dapat dikatakan menarik untuk dijalankan.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat disampaikan pada penelitian ini adalah bahwa “Amalia Butik” merupakan suatu bisnis *fashion* muslimah yang layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan aspek hukum, lingkungan, pasar & pemasaran, teknik & teknologi, manusia & manajemen, dan keuangan. Peneliti berusaha menyajikan tesis penelitian ini dengan bahasa yang mudah dipahami, ringkas, dan jelas. Pendekatan teori-teori dari seluruh ilmu manajemen dicoba untuk dijabarkan dengan jelas. Namun, masih banyak lagi yang harus dilakukan sebagai perbaikan dari penelitian studi kelayakan bisnis ini, diantaranya: (1) Mencari peluang pasar ekspor, Hal ini masih belum dibahas oleh peneliti; (2) Perhitungan analisis keuangan belum menggunakan metode WACC (Weighted Average Cost of Capital) atau rata-rata biaya modal tertimbang. Metode ini dapat membantu peneliti dalam menentukan jumlah keuntungan yang diinginkan oleh investor.

### **DAFTAR PUSTAKA**

[Adaddanuartablogspotcom/2012/08/contoh-makalah-studi-kelayakan-bisnis.](http://Adaddanuartablogspotcom201208contohmakalahstudi-kelayakanbisnis)

Afandi. *Analisis Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Usaha Distribusi PT. Aneka Andalan Karya*. Jakarta: Universitas Gunadarma 2009

[Diketiknewsblogspotcom/2013/03/menal-sejarah-hijabers-indonesia.html](http://Diketiknewsblogspotcom201303menenal-sejarah-hijabers-indonesia.html)

- Dharma Putu. *Studi Kelayakan Investasi Bisnis Properti (Studi Kasus : Ciater Riung Rangga)*. Denpasar: Universitas Udayana, 2009
- Fiqhi Reza. *Usaha Mobile Car Wash*. Bandung: Institut Teknologi Bandung, 2011
- <http://berita2bahasa.com/berita/01/143734-pertumbuhan-makro-ekonomi-dukungbisnis-fesyen>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-FashionMuslim-Dunia>
- J. Keown Arthur. *Manajemen Keuangan*. Jakarta : PT. Indeks, 2011
- Nazir Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003
- Rangkuti Freddy. *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Saryadi. *Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Pada Bengkel Motor Mams Speed*. Jakarta: Universitas Gunadarma, 2010
- Sekaran Uma dan Bougie Roger. *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. Cornwall: International Ltd, 2009
- Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk paramedis*. Yogyakarta: Gava Media: 2012
- Suliyanto. *Stusi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi, 2010
- Umar Husein. *Studi Kelayakan Bisnis Manajemen, Metode & Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Wijatno Serian. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia: 2009