

Pengembangan Bisnis UMKM Rumah Komunitas

Agus Sutardi¹, Dellya Putri², Kania³, Nazillah Layla Nur K⁴, Novia Wulan⁵

¹⁻⁵ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital

Email : agussutardi@digitechuniversity.ac.id, dellya10120087@digitechuniversity.ac.id,

kania10120039@digitechuniversity.ac.id, nazillah10120040@digitechuniversity.ac.id,

novia10120035@digitechuniversity.ac.id,

Korespondensi : agussutardi@digitechuniversity.ac.id

Abstract . *The aim of this research is to determine the development of business feasibility studies for Community House MSMEs. This research uses descriptive qualitative research methods. The object of this research is Community House MSMEs. The results of this research are that Rumah Masyarakat MSMEs have a business license and are legally registered, the market and marketing aspects of Rumah Masyarakat MSMEs have good market and marketing strategies so that now their products have been sold to various regions in Indonesia and even abroad such as Malaysia and Singapore, from the technical and technological aspects, community houses also have a system that runs well so that production and sales activities run smoothly, then the management aspect of Community Houses has a clear organizational structure and job description and also has definite criteria for recruiting candidates. employees, from the financial aspect Rumah Masyarakat started its business with the trust of its relationships, and as seen from the income and sales of RumahCommunity products which continue to increase, RumahCommunity can be said to be feasible and successful in running its business.*

Keyword : *Development, Business, Home Community*

Abstrak . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan mengenai studi kelayakan bisnis pada UMKM Rumah Komunitas. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Objek pada penelitian ini adalah UMKM Rumah Komunitas. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa UMKM Rumah Komunitas Rumah Komunitas memiliki izin usaha dan sudah terdaftar secara hukum, aspek pasar dan pemasaran Rumah Komunitas memiliki strategi pasar dan pemasaran yang baik sehingga kini produknya sudah terjual ke berbagai wilayah di Indonesia bahkan hingga luar negeri seperti Malaysia dan Singapura, dari aspek teknis dan teknologi juga rumah komunitas sudah memiliki sistem yang berjalan dengan baik sehingga kegiatan produksi hingga penjualan pun berjalan dengan lancar, kemudian aspek manajemen Rumah Komunitas memiliki struktur organisasi dan jobdesc yang jelas dan juga memiliki kriteria-kriteria yang pasti untuk merekrut calon pegawainya, dari aspek keuangan Rumah Komunitas memulai usahanya bermodalkan kepercayaan dari relasi yang dimilikinya, dan terlihat dari pendapatan dan penjualan produk Rumah Komunitas yang terus meningkat, Rumah Komunitas dapat dikatakan layak dan berhasil dalam menjalankan usahanya.

Kata Kunci : Pengembangan, Usaha, Rumah Komunitas

PENDAHULUAN

Di era modern seperti saat ini, segala sesuatu dapat dikendalikan dengan teknologi. Dengan memiliki teknologi yang maju, perusahaan dapat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya hingga konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen juga merupakan faktor penentu keberhasilan dari suatu perusahaan. Konsumen yang merasa puas karena terpenuhi kebutuhan dan keinginannya oleh perusahaan, akan menciptakan perilaku yang loyal kepada perusahaan tersebut.

Loyalitas konsumen merupakan perilaku dimana seseorang bersedia untuk membeli dan memakai barang atau jasa suatu perusahaan dalam jangka panjang. Konsumen yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian merk atau produk walaupun dihadapkan pada

banyak alternatif pilihan merek produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya (Durianto & dkk, 2001).

Studi kelayakan bisnis juga merupakan faktor penunjang keberhasilan suatu perusahaan. Studi kelayakan diharapkan untuk mengetahui layak tidaknya suatu perusahaan dan dapat menjadi gambaran berjalannya suatu usaha. Menurut (Ibrahim, 2003) studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek. Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu bisnis. Keberhasilan ditafsirkan sebagai manfaat ekonomis.

Rumah Komunitas merupakan salah satu perusahaan yang memperhatikan kelayakan bisnis mereka demi menjaga keberlangsungan usahanya. Berbagai aspek studi kelayakan bisnis seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, serta aspek keuangan sangat diperhatikan oleh perusahaan Rumah Komunitas agar perusahaan layak dan dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam menarik minat beli dan kesetiaan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

1) Aspek Legalitas

Legalitas sangat penting bagi perusahaan karena menunjukkan identitas dan legal nya suatu perusahaan. Perusahaan dapat dilindungi oleh undang-undang dengan adanya dokumen-dokumen yang terdaftar secara hukum. Bentuk-bentuk legalitas sebagai jati dari dari suatu perusahaan bisa berbentuk merek, nama perusahaan, dan juga surat izin usaha perdagangan.

2) Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Chandra (2002:93) dalam jurnal penelitiannya (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015) Strategi pemasaran adalah rencana yang merinci harapan perusahaan terhadap dampak aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk di pasar target. Ini melibatkan tindakan seperti pengaturan harga, promosi khusus, dan pemilihan saluran distribusi untuk mempengaruhi permintaan.

Menurut (Rangkuti, 2013), menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pada pesaing.

3) Aspek Teknis dan Teknologi

Menurut Ummam (dalam Constantia 2020) menyatakan bahwa aspek teknis adalah suatu aspek yang berkenaan dengan proses pengembangan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun.

4) Aspek Manajemen

Rekrutmen Sumber Daya Manusia menurut (Malthis, 2001) dalam jurnal penelitian (Atikawati & Udjang, 2016) merupakan suatu proses pengumpulan sejumlah pelamar yang memiliki kualifikasi kualifikasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan, untuk dipekerjakan di dalam perusahaan.

5) Aspek Keuangan

Keuangan merupakan salah satu penentu keberlangsungan suatu bisnis. Menurut (Purba & et.al, 2021) pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Profil Perusahaan



Rumah Komunitas berdiri pada tanggal 1 November 2013, yang berlokasi di Taman Holis Indah I Blok B No. 43 Bandung 40214 – Indonesia. Awalnya, Rumah Komunitas merupakan suatu organisasi di bidang social *entrepreneur* yang menyediakan *merchandise* yang dimana terdiri dari fashion, tas, dll. Pada awal berdirinya Rumah Komunitas antara 2013 sampai 2018 bergerak di bidang sosial yang dimana Rumah Komunitas mewadahi berbagai komunitas yang mau bekerja sama dengan Rumah Komunitas, dimana Rumah Komunitas memfasilitasi diantaranya yaitu dengan forum diskusi, *event*, dan *sponsorship*.

2) Aspek Legalitas

Rumah Komunitas telah berhasil mendaftarkan mereknya hal tersebut dilakukan sebagai bagian dari langkah-langkah hak kekayaan intelektual. Jika ada pihak lain yang menggunakan identitas Rumah Komunitas sebagai identitas perusahaannya, maka pihak Rumah Komunitas memiliki hak untuk menuntut pihak tersebut melalui jalur hukum.

Berikut bukti Rumah Komunitas telah mendaftarkan hak mereknya:

Kelas Nice	KODE KELAS	JENIS BARANG / JASA	
	25	bagian atas sepatu, Celana jeans, celana kasual, jaket, jas hujan, jas hujan motor, jas hujan ponco, jas hujan setelan, kaos, kaos polo, kemeja berkerah, kemeja formal, kemeja kancing, kemeja lengan panjang, tas sepatu sepak bola	
Prioritas	NOMOR	KEWARGANEGARAAN	
Pemilik	NAMA	ALAMAT	KEWARGANEGARAAN
	ARIEP	Kp. Curug Dogdog Gg. Sudirja Rt. 005/Rw. 002, Kel. Sukamenak, Kec. Margahayu, Kab. Bandung, Jawa Barat, 40227	ID


No. Pendaftaran	Tgl. Pendaftaran
IDM001116226	2023-09-06

Rumah Komunitas

Status
(TM) Didaftar

Detail

NOMOR PENDUMJUMAN	TANGGAL PENDUMJUMAN
BRM2281A	2022-12-27
NOMOR PEMASOKSIAN	TANGGAL PEMERIKSAAN
DID2022106160	2022-12-20
TANGGAL DIMULAI PELINDUNGAN	TANGGAL BERAKHIR PELINDUNGAN
2022-12-20	2032-12-20



Publikasi
Publikasi A

3) Aspek Pasar dan Pemasaran

Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran pada Rumah Komunitas sudah menjangkau ke seluruh Indonesia yang diantaranya yaitu daerah Makasar dan Sulawesi. Selain itu juga, produk Rumah Komunitas sudah menjangkau ke berbagai negara diantaranya yaitu negara Singapura dan juga Malaysia.

Strategi Pemasaran

Strategi yang dilakukan oleh Rumah Komunitas menggunakan 2 cara yaitu dengan melakukan pemasaran secara konvensional (*offline*) dan pemasaran secara digital (*online*). Rumah Komunitas melakukan pemasarannya hampir 90% menggunakan website Rumah Komunitas <https://www.rumahkomunitas.com/> dan 10% menggunakan *e-commerce* seperti Shopee, Whatsapp, Tokopedia serta Tiktok.

Analisis SWOT

Berikut ini merupakan analisis SWOT pada Rumah Komunitas:

1. *Strength* (Kekuatan)

Salah satu kekuatan pada Rumah Komunitas yaitu memiliki produk yang inovatif dan juga unik sehingga hal ini menjadi suatu hal yang berbeda dari perusahaan lain. Selain itu, Rumah Komunitas juga dapat menciptakan suatu produk yang belum tersedia dipasaran.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari Rumah Komunitas ini terdapat pada lokasi perusahaan yang lumayan jauh dari pusat kota dan berada di kabupaten Bandung yang di mana lalulintasnya lumayan padat membuat konsumen yang ingin mengunjungi lokasi produksi harus mengeluarkan waktu dan tenaga extra.

3. *Opportunity* (Peluang)

Rumah Komunitas mempunyai produk yang sangat inovatif dan juga unik berbeda dari perusahaan lain atau kompetitor membuat konsumen penasaran dan tertarik terhadap produk dari Rumah Komunitas karna tidak dapat ditemukan di perusahaan lain.

4. *Threats* (Ancaman)

Munculnya perusahaan pesaing yang bergerak di bidang yang sama dengan Rumah Komunitas, namun Rumah Komunitas tidak menganggap hal tersebut sebagai ancaman melainkan dijadikan sebagai teman belajar.

4) Aspek Teknis dan Teknologi

Deskripsi Produk

Rumah Komunitas tidak hanya memproduksi jaket Point Vest saja, akan tetapi juga banyak jaket lainnya dengan model yang unik namun tetap mengikuti trend yang ada. Produk yang ada di Rumah Komunitas banyak ragamnya seperti jaket, topi, celana, tas, kaos, ataupun *merchandise* lainnya yang bisa konsumen *custom* tanpa minimal *order*.

Berikut merupakan produk-produk yang ada di Rumah Komunitas:



Kegiatan Kerja

Dibawah ini merupakan kegiatan kerja (jam operasional) Rumah Komunitas:

Senin	:	10.00 – 20.00
Selasa	:	10.00 – 20.00
Rabu	:	10.00 – 20.00
Kamis	:	10.00 – 20.00
Jumat	:	10.00 – 20.00
Sabtu	:	10.00 – 16.00

Teknik Pelayanan

Rumah Komunitas melakukan pelayanan pembelian melalui *website*, *whatsapp*, *marketplace* dan pembelian langsung ke *store*. Untuk pembelian melalui *website*, customer bisa mengunjungi terlebih dahulu *website* Rumah Komunitas, lalu memilih produk yang diinginkan, kemudian dimasukkan kedalam keranjang belanja, setelah itu melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti pembayaran kepada *customer service*. Sedangkan untuk pembelian melalui *whatsapp*, *customer* bisa langsung menghubungi *whatsapp* Rumah Komunitas, kemudian nanti akan dibantu oleh *customer service* untuk memilih produk, lalu melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti pembayaran. Setelah itu pesanan akan diproses oleh pihak Rumah Komunitas.

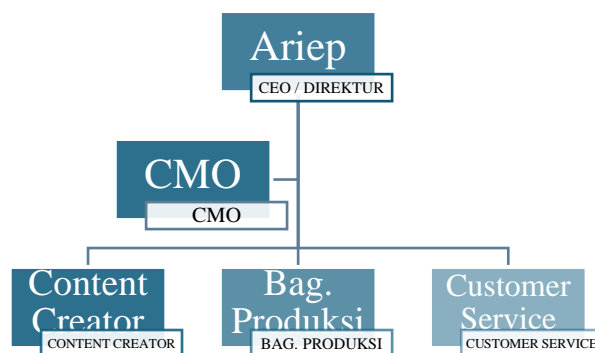
Tatat Letak

Rumah Komunitas memiliki kantor serta rumah produksi. Divisi yang berada di kantor adalah Direktur/pimpinan, tim *marketing*, *content creator*, bagian *design*, serta *customer service*. Kemudian untuk rumah produksi ada Kepala produksi, bagian *cutting* pola, bagian sablon, *sewing/jahit*, *quality control*, serta bagian *finishing*.

5) Aspek Manajemen

Struktur Organisasi

Dibawah ini merupakan struktur organisasi Rumah Komunitas:



Rekrutmen SDM

Dalam proses rekrutmen terhadap karyawan yang dilakukan oleh Rumah Komunitas tentu saja Rumah Komunitas memiliki kualifikasi-kualifikasi tersendiri dalam merekrut karyawannya, dan kualifikasi-kualifikasi tersebut terdiri dari:

1. Beragama islam/seorang yang muslim
2. Mempunyai hubungan yang baik dengan Tuhannya (Ibadah tepat waktu) serta mampu bersikap baik dengan sesama manusia
3. Memiliki *skill* kemampuan
4. Memiliki bakat dan minat
5. Mau belajar hal baru
6. Dapat bekerja sama dengan tim
7. Memiliki pengalaman (*jahit*, *cutting*, *pola*)

8. Tidak ada batas usia
9. Tidak ada minimal tingkat pendidikan

6) Aspek Keuangan

Modal Awal

Adapula harga pokok produksi (HPP) untuk memproduksi salah satu produk Rumah Komunitas yaitu Vest Point selama 1 bulan yaitu sebagai berikut :

Bahan	Kebutuhan	Biaya Produksi	Satuan	Biaya Produksi
Columbia wp	900 m	Rp 18.750.000,-	1,2 m	Rp 25.000,-
Premium mesh	750 m	Rp 14.625.000,-	1 m	Rp 19.500,-
Benang	15.000 m	Rp 750.000,-	20 m	Rp 1.000,-
Reflektor	150 m	Rp 2.250.000,-	20 cm	Rp 3.000,-
Tali string	1.875 m	Rp 1.875.000,-	2,5 m	Rp 2.500,-
Stopper	3.000 pcs	Rp 1.500.000,-	4 pcs	Rp 2.000,-
Polar	225 m	Rp 2.250.000,-	30 cm	Rp 3.000,-
Resleting baju	525 m	Rp 7.012.500,-	70 cm	Rp 9.350,-
Resleting saku	300 m	Rp 6.000.000,-	40 cm	Rp 8.000,-
Merk	750 pcs	Rp 375.000,-	1 pcs	Rp 500,-
Hang tag	750 pcs	Rp 375.000,-	1 pcs	Rp 500,-
Packing	750 pcs	Rp 487.500,-	1 pcs	Rp 650,-
		Rp 56.250.000,-		Rp 75.000,-

Biaya Operasional

Biaya operasional yang dikeluarkan oleh Rumah Komunitas untuk memproduksi Vest Point selama 1 bulan yaitu :

Biaya Operasional	Kebutuhan	Harga	Waktu/hari	Harga
Ongkos produksi	4	Rp 18.750.000,-	1 hari	Rp 156.250,-
				Rp 625.000,-

Total biaya = bahan baku + biaya operasioanal

$$= \text{Rp } 56.250.000,- + \text{Rp } 18.750.000,-$$

$$= \text{Rp } 75.000.000,-$$

Total pengeluaran yang digunakan dalam satu kali produksi yang menghasilkan 750 pcs dengan modal Rp 56.250.000,-

Penentuan harga jual:

$$\text{HPP} = \text{total biaya} : \text{hasil produksi}$$

$$= \text{Rp } 75.000.000,- : 750 \text{ pcs}$$

$$= \text{Rp } 100.000,-$$

Harga jual = harga pokok + laba yang diinginkan

$$= \text{Rp } 100.000,- + \text{Rp } 78.750,-$$

$$= \text{Rp } 178.750,- / \text{pcs}$$

Target dan Margin Penjualan

a. Laba = (hasil produksi x harga jual)-modal

$$= (750 \text{ pcs} \times \text{Rp } 178.750,-) - \text{Rp } 75.000.000,-$$

$$= \text{Rp } 134.062.500,- - \text{Rp } 75.000.000,-$$

$$= \text{Rp } 59.062.500,-$$

b. Presentase laba = laba : modal

$$= \text{Rp } 59.060.500,- : \text{Rp } 75.000.000,- \times 100 \text{ pcs}$$

$$= 78,75\%$$

Target harga jual = Rp 178.750,-

Investasi

Rumah Komunitas membuka peluang bagi para investor yang ingin investasi pada produk mereka. Namun sistem investasi di Rumah Komunitas yaitu dengan sistem bagi hasil sesuai dengan produk yang investor pilih untuk berinvestasi pada periode tertentu, jadi tidak semua keuntungan yang didapat dari penjualan seluruh produk oleh Rumah Komunitas dibagi hasil dengan para investor, tetapi hanya beberapa produk saja yang dimana investor tersebut menanam modal sehingga memiliki hak keuntungan didalamnya.

Laporan Keuangan

Berikut merupakan laporan pendapatan dan penjualan vest point di Rumah Komunitas selama 6 bulan berturut-turut yang memiliki kenaikan di setiap bulannya.

Bulan	Penjualan	Pendapatan	Laba
1	750 pcs	Rp 134.062.500,-	Rp 59.062.500,-
2	800 pcs	Rp 143.000.000,-	Rp 63.000.000,-
3	850 pcs	Rp 151.937.500,-	Rp 66.937.500,-
4	900 pcs	Rp 160.875.000,-	Rp 70.875.000,-
5	950 pcs	Rp 169.812.500,-	Rp 74.812.500,-
6	1,000 pcs	Rp 178.750.000,-	Rp 78.750.000,-

PENUTUP

1) Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai studi kelayakan bisnis yang terdiri dari berbagai aspek mulai dari aspek legalitas Rumah Komunitas memiliki izin usaha dan sudah terdaftar secara hukum, aspek pasar dan pemasaran Rumah Komunitas memiliki strategi pasar dan pemasaran yang baik sehingga kini produknya sudah terjual ke berbagai wilayah di Indonesia bahkan hingga luar negeri seperti Malaysia dan Singapura, dari aspek teknis dan teknologi juga rumah komunitas sudah memiliki sistem yang berjalan dengan baik sehingga kegiatan produksi hingga penjualan pun berjalan dengan lancar, kemudian aspek manajemen Rumah Komunitas memiliki struktur organisasi dan jobdesc yang jelas dan juga memiliki kriteria-kriteria yang pasti untuk merekrut calon pegawainya, terakhir dari aspek keuangan Rumah Komunitas memulai usahanya tanpa mengeluarkan modal namun bermodalkan kepercayaan dari relasi yang dimilikinya, dan terlihat dari pendapatan dan

penjualan produk Rumah Komunitas yang terus meningkat, Rumah Komunitas dapat dikatakan layak dan berhasil dalam menjalankan usahanya.

2) **Saran**

Sebagai sarana untuk mengembangkan usahanya, berikut saran dan rekomendasi untuk Rumah Komunitas berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

1. Tetap menjaga kepercayaan mitra bisnis dan konsumen agar citra perusahaan tetap baik.
2. Terus menerapkan dan mengembangkan pemanfaatan sosial media dan website sebagai sarana untuk menjangkau dan memperluas jaringan bisnis.
3. Menciptakan produk yang disegmentasikan untuk perempuan karena meskipun produk-produk yang dimiliki Rumah Komunitas bersifat *unisex* tetapi rata-rata produknya memiliki desain atau model yang terlihat lebih *boyish style*.

DAFTAR PUSTAKA

- Atikawati, E., & Udjang, R. (2016). STRATEGI REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10.
- Durianto, D., & dkk. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Constantia, M. (2020). Reasibility Study Relokasi Brave Academy. *Digital Respository*, 7-18.
- Ibrahim, Y. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Purba, & et.al. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61.