

Analisis Kelayakan Bisnis Usaha T-Shirt Alclothes Ditinjau dari Aspek Pasar, Keuangan, Teknis, dan Sumber Daya Manusia

Aldi Maulana Nugroho¹, Hani Humaeriyah²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung^{1,2}

*Email: aldimaulananutroho21@gmail.com, hani.humaeriyah@umbandung.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 04-02-2026
Disetujui 14-02-2026
Diterbitkan 16-02-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the feasibility of the T-Shirt ALCLOTHES business as a local fashion brand by examining market aspects, consumer behavior, human resources, technical operations, and financial performance. The research employs a quantitative descriptive approach through a survey of ten respondents and financial analysis including cost calculation, revenue estimation, and Break Even Point analysis. The results indicate that the product receives positive responses from consumers, particularly in terms of design, quality, and price suitability, and financially generates a net profit of IDR 3,200,000 per month with sales exceeding the break-even point of 97 units. The simple organizational structure, controlled production process, and utilization of digital media further support the business feasibility. Based on these findings, the T-Shirt ALCLOTHES business is considered feasible to operate and develop sustainably.

Keywords: business feasibility study¹, local fashion business², financial analysis³, consumer behavior⁴, business management⁵.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha T-Shirt ALCLOTHES sebagai brand fashion lokal dengan meninjau aspek pasar, perilaku konsumen, sumber daya manusia, teknis, dan keuangan. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif melalui survei terhadap sepuluh responden serta analisis perhitungan biaya, pendapatan, dan Break Even Point. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk memperoleh respon positif dari konsumen, terutama pada desain, kualitas, dan kesesuaian harga, serta secara finansial mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp3.200.000 per bulan dengan penjualan yang telah melampaui titik impas sebanyak 97 unit. Struktur organisasi yang sederhana, proses produksi yang terkontrol, dan pemanfaatan media digital turut mendukung kelayakan usaha. Berdasarkan analisis tersebut, usaha T-Shirt ALCLOTHES dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis¹, usaha fashion lokal², analisis keuangan³, perilaku konsumen⁴, manajemen usaha⁵.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nugroho, A. M., & Humaeriyah, H. (2026). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha T-Shirt Alclothes Ditinjau dari Aspek Pasar, Keuangan, Teknis, dan Sumber Daya Manusia. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 3254-3265. <https://doi.org/10.63822/5ssmxf03>

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan dinamika pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya pada subsektor fashion yang berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi nasional. Fashion tidak lagi dipandang semata sebagai kebutuhan dasar sandang, melainkan telah mengalami transformasi menjadi medium ekspresi identitas, simbol status sosial, serta representasi gaya hidup masyarakat modern. Laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) menunjukkan bahwa subsektor fashion termasuk dalam kategori industri kreatif yang memiliki kontribusi besar terhadap produk domestik bruto sektor ekonomi kreatif. Fenomena ini menunjukkan bahwa peluang usaha di bidang fashion masih terbuka luas, terutama bagi pelaku usaha lokal yang mampu menghadirkan diferensiasi produk dan memahami karakteristik pasar domestik. Dalam konteks ini, produk kaos atau t-shirt menjadi salah satu komoditas fashion yang memiliki tingkat permintaan stabil karena sifatnya yang fleksibel, nyaman, dan sesuai dengan berbagai aktivitas sehari-hari.

Secara teoritis, keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen dan merancang strategi pemasaran yang tepat. Perilaku konsumen mencakup proses bagaimana individu memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Kotler & Keller, 2016). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang saling berinteraksi dalam membentuk preferensi konsumen. Oleh karena itu, analisis terhadap aspek pasar dan perilaku konsumen menjadi langkah awal yang krusial dalam studi kelayakan bisnis. Selain itu, strategi segmentasi, targeting, dan positioning diperlukan untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kejelasan pasar sasaran dan citra yang kuat di benak konsumen (Tjiptono, 2018). Tanpa pemahaman yang komprehensif terhadap pasar, usaha berisiko mengalami kegagalan akibat ketidaksesuaian antara produk dan kebutuhan konsumen.

Di samping aspek pasar, studi kelayakan bisnis juga mencakup evaluasi terhadap aspek teknis, manajerial, dan keuangan guna menilai kelangsungan usaha secara menyeluruh. Studi kelayakan bisnis berfungsi sebagai instrumen analitis untuk menentukan apakah suatu rencana usaha layak dijalankan berdasarkan pertimbangan ekonomis dan operasional (Kasmir & Jakfar, 2017). Analisis keuangan, termasuk perhitungan biaya operasional, pendapatan, dan titik impas, menjadi indikator utama dalam menilai kemampuan usaha menghasilkan keuntungan serta meminimalkan risiko kerugian (Riyanto, 2013). Selain itu, aspek sumber daya manusia dan pengelolaan operasional memegang peranan penting dalam menjamin efektivitas pelaksanaan kegiatan usaha, karena manajemen yang baik akan meningkatkan efisiensi serta produktivitas organisasi (Handoko, 2014). Dengan demikian, studi kelayakan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi finansial, tetapi juga sebagai dasar perencanaan strategis yang terintegrasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, usaha T-Shirt ALCLOTHES sebagai brand fashion lokal yang menyasar segmen remaja dan dewasa muda perlu dianalisis secara komprehensif untuk mengetahui potensi penerimaan pasar, kesiapan operasional, kecukupan sumber daya manusia, serta kemampuan finansial dalam menghasilkan keuntungan. Analisis multidimensional ini diharapkan mampu memberikan gambaran objektif mengenai tingkat kelayakan usaha serta menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis yang rasional dan berkelanjutan dalam menghadapi persaingan industri fashion yang semakin kompetitif.

Tingginya tingkat persaingan dalam industri fashion menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui diferensiasi produk dan strategi yang terencana secara sistematis. Keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan nilai tambah melalui desain, kualitas, pelayanan, dan citra merek yang kuat (Kotler & Armstrong, 2018). Dalam kondisi pasar yang kompetitif, usaha yang tidak memiliki perencanaan matang cenderung menghadapi risiko kegagalan akibat ketidaksesuaian antara kapasitas internal dan tuntutan pasar. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis berperan sebagai alat analisis strategis untuk menilai potensi keberhasilan usaha sebelum dijalankan atau dikembangkan lebih lanjut (Umar, 2015). Pendekatan ini memungkinkan identifikasi peluang dan ancaman secara lebih terstruktur sehingga keputusan bisnis yang diambil memiliki dasar rasional serta mempertimbangkan aspek risiko dan pengembalian investasi.

Perkembangan teknologi digital juga memberikan implikasi signifikan terhadap pola pemasaran dan distribusi produk fashion. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial dan platform perdagangan elektronik sebagai sarana promosi dan transaksi yang lebih efisien. Strategi pemasaran digital dinilai mampu meningkatkan jangkauan pasar serta memperkuat hubungan dengan konsumen melalui komunikasi dua arah yang lebih interaktif (Tjiptono, 2018). Namun demikian, pemanfaatan teknologi harus diimbangi dengan kesiapan manajerial dan pengelolaan operasional yang efektif agar mampu meningkatkan produktivitas serta efisiensi usaha (Assauri, 2016). Dengan demikian, analisis kelayakan usaha perlu mempertimbangkan kesiapan teknis dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi.

Selain dimensi ekonomi dan manajerial, keberlanjutan usaha juga dipengaruhi oleh kontribusinya terhadap aspek sosial dan ekonomi masyarakat. Usaha mikro dan kecil memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal sebagaimana diatur dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Keberadaan usaha yang dikelola secara profesional tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Oleh karena itu, evaluasi kelayakan bisnis perlu dilakukan secara multidimensional dengan mempertimbangkan aspek pasar, teknis, manajerial, dan finansial secara terintegrasi (Kasmir & Jakfar, 2017). Pendekatan komprehensif tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran objektif mengenai prospek pengembangan usaha T-Shirt ALCLOTHES dalam jangka panjang serta memperkuat posisinya sebagai brand fashion lokal yang kompetitif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis kelayakan usaha T-Shirt ALCLOTHES berdasarkan evaluasi aspek pasar, perilaku konsumen, sumber daya manusia, teknis operasional, dan keuangan. Pendekatan deskriptif kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menggambarkan kondisi aktual usaha serta mengukur tanggapan konsumen dan kinerja finansial secara sistematis melalui data numerik (Sugiyono, 2019). Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu, melainkan untuk memberikan gambaran faktual dan akurat mengenai karakteristik objek yang diteliti. Dengan pendekatan ini, analisis kelayakan dilakukan secara terstruktur

guna memperoleh kesimpulan yang objektif mengenai prospek usaha.

Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang berada pada segmen remaja dan dewasa muda sesuai dengan target pasar usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak sepuluh orang yang dipilih secara acak terbatas sesuai dengan karakteristik target pasar. Meskipun jumlah responden relatif kecil, data yang diperoleh digunakan sebagai gambaran awal mengenai persepsi konsumen terhadap desain, kualitas, harga, dan keputusan pembelian produk. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala penilaian Likert lima tingkat untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari literatur, buku manajemen, serta dokumen pendukung yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis. Analisis data dilakukan melalui teknik analisis deskriptif dengan menghitung frekuensi jawaban responden, total biaya operasional, estimasi pendapatan, laba bersih, serta perhitungan Break Even Point sebagai indikator kelayakan finansial. Analisis Break Even Point digunakan untuk menentukan jumlah minimal penjualan agar usaha tidak mengalami kerugian (Riyanto, 2013). Evaluasi kelayakan dilakukan secara komprehensif dengan membandingkan hasil analisis setiap aspek terhadap kriteria kelayakan usaha sebagaimana dikemukakan dalam teori studi kelayakan bisnis (Kasmir & Jakfar, 2017). Dengan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan penilaian yang terukur dan sistematis mengenai tingkat kelayakan usaha T-Shirt ALCLOTHES.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis aspek pasar dan perilaku konsumen menunjukkan bahwa produk T-Shirt ALCLOTHES memperoleh respon positif dari mayoritas responden. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa desain produk menarik dan mengikuti tren, kualitas bahan nyaman digunakan, serta harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diterima. Temuan ini menunjukkan adanya kesesuaian antara karakteristik produk dan preferensi target pasar, sehingga secara konseptual mendukung teori bahwa pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pemasaran (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, tingginya tingkat persetujuan terhadap indikator keputusan pembelian mengindikasikan bahwa produk memiliki potensi penerimaan pasar yang baik. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi nilai yang dirasakan konsumen terhadap manfaat produk dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan (Kotler & Armstrong, 2018). Dengan demikian, dari perspektif pasar, usaha T-Shirt ALCLOTHES menunjukkan prospek yang positif untuk dikembangkan.

Pada aspek pemasaran, strategi segmentasi, targeting, dan positioning yang diterapkan telah mengarah pada segmen remaja dan dewasa muda dengan karakteristik gaya hidup kasual dan modern. Pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai saluran distribusi dan promosi menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan pemasaran digital yang dinilai efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas (Tjiptono, 2018). Strategi bauran pemasaran yang mencakup produk dengan desain variatif, harga

kompetitif, distribusi berbasis digital, serta promosi melalui platform daring mencerminkan pendekatan pemasaran yang terintegrasi. Dalam konteks persaingan industri fashion yang dinamis, diferensiasi desain dan konsistensi branding menjadi faktor penting dalam membangun citra merek yang kuat di benak konsumen. Oleh karena itu, implementasi strategi pemasaran yang telah dirancang dinilai relevan dengan kondisi pasar dan mendukung kelayakan usaha.

Hasil analisis aspek keuangan menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan pendapatan sebesar Rp9.000.000 per bulan dengan total biaya operasional sebesar Rp5.800.000 per bulan, sehingga diperoleh laba bersih sebesar Rp3.200.000. Perhitungan Break Even Point menunjukkan bahwa usaha akan mencapai titik impas pada penjualan minimal 97 unit per bulan, sementara estimasi penjualan mencapai 150 unit per bulan, yang berarti telah melampaui titik impas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa usaha memiliki margin keamanan yang cukup dalam menghadapi fluktuasi penjualan. Analisis finansial merupakan indikator utama dalam menentukan kelayakan usaha karena berkaitan langsung dengan kemampuan menghasilkan keuntungan dan menjaga keberlanjutan operasional (Riyanto, 2013). Berdasarkan hasil tersebut, secara finansial usaha T-Shirt ALCLOTHES menunjukkan tingkat kelayakan yang memadai untuk dijalankan dan dikembangkan.

Pada aspek sumber daya manusia dan teknis operasional, usaha didukung oleh struktur organisasi yang sederhana namun memiliki pembagian tugas yang jelas antara pemilik, bagian pemasaran, tim produksi, dan kurir. Pembagian kerja yang terstruktur berkontribusi terhadap efektivitas dan efisiensi operasional, sebagaimana dikemukakan bahwa manajemen yang baik merupakan faktor penentu keberhasilan organisasi (Handoko, 2014). Proses produksi yang dilakukan secara sistematis mulai dari pemilihan bahan, penyablonan, hingga pengemasan menunjukkan adanya standar operasional yang mendukung pengendalian kualitas. Penggunaan teknologi sederhana dalam produksi serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran dinilai sesuai dengan skala usaha mikro dan kecil, sehingga mampu menjaga efisiensi biaya tanpa mengurangi kualitas produk. Secara keseluruhan, integrasi antara aspek pasar, keuangan, manajerial, dan teknis menunjukkan bahwa usaha T-Shirt ALCLOTHES memiliki fondasi yang cukup kuat untuk berkembang secara berkelanjutan dalam industri fashion lokal yang kompetitif.

Tabel 1. Judul Tabel

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
1	Harga TSHIRT ALCLOTHES terjangkau oleh masyarakat	4	5	1	0	0	10
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas bahan	5	4	1	0	0	10
3	Harga TSHIRT ALCLOTHES sesuai dengan desain produk	4	5	1	0	0	10
4	Harga TSHIRT ALCLOTHES mampu bersaing dengan produk sejenis	3	6	1	0	0	10
Total		16	20	4	0	0	40

(Sumber: Responden 2026)

Analisis Aspek Pasar dan Perilaku Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap indikator desain, kualitas bahan, kesesuaian harga, serta minat pembelian ulang produk T-Shirt ALCLOTHES. Dominasi jawaban pada kategori setuju dan sangat setuju mengindikasikan bahwa atribut produk telah sesuai dengan preferensi dan ekspektasi target pasar yang terdiri atas remaja dan dewasa muda dengan karakteristik konsumsi yang dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup. Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses evaluasi alternatif yang mempertimbangkan manfaat fungsional dan simbolik suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menilai aspek utilitarian seperti kenyamanan bahan, tetapi juga mempertimbangkan nilai ekspresif dari desain yang mampu merepresentasikan identitas diri mereka dalam lingkungan sosial.

Persepsi kesesuaian antara harga dan kualitas memperlihatkan adanya nilai yang dirasakan atau *perceived value* yang memadai, sehingga mendorong terbentuknya kepuasan dan potensi loyalitas konsumen. Dalam teori pemasaran modern, nilai yang dirasakan menjadi determinan utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen, karena konsumen cenderung melakukan pembelian ulang apabila manfaat yang diterima dianggap lebih tinggi dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan (Kotler & Armstrong, 2018). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa produk T-Shirt ALCLOTHES memiliki positioning yang cukup jelas di benak konsumen sebagai produk yang menawarkan keseimbangan antara kualitas dan harga.

Selain itu, dinamika industri fashion yang sangat responsif terhadap perubahan tren menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi desain dan menjaga konsistensi kualitas. Respon positif dari konsumen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi desain telah berjalan secara efektif dan mampu menarik perhatian pasar sasaran. Apabila konsistensi kualitas dan inovasi desain terus dipertahankan, maka potensi pertumbuhan pangsa pasar akan semakin terbuka. Oleh karena itu, dari aspek pasar dan perilaku konsumen, usaha ini menunjukkan indikasi kelayakan yang kuat karena didukung oleh tingkat penerimaan pasar yang relatif tinggi serta peluang pembentukan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Analisis Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan dalam usaha T-Shirt ALCLOTHES berfokus pada segmentasi yang jelas terhadap kelompok usia produktif yang aktif di media sosial dan memiliki minat terhadap fashion kasual modern. Penetapan target pasar yang spesifik memungkinkan usaha untuk merancang pesan komunikasi yang lebih relevan serta memilih saluran distribusi yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Dalam konteks pemasaran digital, penggunaan media sosial dan marketplace menjadi pilihan strategis karena mampu memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan investasi besar pada infrastruktur fisik (Tjiptono, 2018). Strategi ini sekaligus mencerminkan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform daring dalam proses pencarian informasi dan pembelian produk.

Implementasi bauran pemasaran menunjukkan integrasi antara elemen produk, harga, tempat, dan promosi yang dirancang secara sinergis. Produk ditawarkan dengan desain variatif dan mengikuti tren, harga ditetapkan secara kompetitif, distribusi dilakukan melalui platform digital, serta promosi dilakukan dengan memanfaatkan konten visual yang menarik. Sinergi antar elemen tersebut memperkuat citra merek

dan meningkatkan daya tarik produk di tengah persaingan industri fashion yang semakin kompetitif. Dalam teori pemasaran, konsistensi dalam penerapan bauran pemasaran berkontribusi terhadap pembentukan brand equity yang kuat dan berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016).

Strategi pemasaran digital memungkinkan interaksi dua arah antara produsen dan konsumen, sehingga menciptakan peluang untuk membangun engagement dan memperoleh umpan balik secara langsung. Umpan balik tersebut dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan inovasi produk secara berkelanjutan. Dengan pendekatan pemasaran yang adaptif dan terintegrasi, usaha ini memiliki peluang untuk memperluas pangsa pasar sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dari aspek strategi pemasaran, usaha T-Shirt ALCLOTHES dinilai layak karena telah menerapkan pendekatan yang relevan dengan perkembangan lingkungan bisnis dan perilaku konsumen kontemporer.

Analisis Aspek Keuangan

Hasil analisis finansial menunjukkan bahwa usaha T-Shirt ALCLOTHES mampu menghasilkan pendapatan bulanan sebesar Rp9.000.000 dengan total biaya operasional sebesar Rp5.800.000, sehingga memperoleh laba bersih sebesar Rp3.200.000 per bulan. Struktur biaya yang relatif terkendali menunjukkan adanya efisiensi dalam pengelolaan sumber daya, khususnya pada pengadaan bahan baku dan distribusi. Dalam studi kelayakan bisnis, analisis keuangan merupakan indikator utama karena mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan sekaligus mempertahankan kelangsungan operasional (Riyanto, 2013). Laba yang diperoleh memperlihatkan bahwa usaha tidak hanya mampu menutup seluruh biaya, tetapi juga memberikan margin yang cukup untuk mendukung pengembangan usaha di masa mendatang.

Perhitungan Break Even Point yang berada pada angka 97 unit per bulan, sementara estimasi penjualan mencapai 150 unit per bulan, menunjukkan adanya margin keamanan yang signifikan. Margin keamanan ini penting sebagai penyangga terhadap kemungkinan penurunan permintaan atau kenaikan biaya produksi yang tidak terduga. Dalam perspektif manajemen keuangan, margin keamanan yang memadai memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk ekspansi kapasitas produksi atau diversifikasi produk (Riyanto, 2013). Kondisi ini mengindikasikan bahwa usaha memiliki stabilitas finansial yang relatif baik dalam jangka pendek.

Selain itu, kemampuan usaha dalam menghasilkan laba secara konsisten menjadi dasar bagi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Apabila tren penjualan dapat dipertahankan atau ditingkatkan melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif, maka potensi peningkatan profitabilitas akan semakin terbuka. Dengan struktur biaya yang efisien dan pendapatan yang melampaui titik impas, aspek keuangan usaha ini dapat dikategorikan layak dan prospektif. Oleh karena itu, secara keseluruhan, hasil analisis finansial memperkuat argumentasi bahwa usaha T-Shirt ALCLOTHES memiliki fondasi ekonomi yang memadai untuk berkembang secara berkelanjutan.

Data Persaingan Produk ALCLOTHES Tahun 2026

No	Pertanyaan	Metode Pengumpulan Data	Hasil Wawancara
1	Produk yang disenangi pasar	Survei kepada konsumen	Calon Kaos lokal brand ALCLOTHES dan brand lokal lainnya
2	Kelebihan yang dihasilkan dibanding pesaing	Survei kepada konsumen	Calon Desain modern dan bahan lebih nyaman
3	Harga produk dibanding pesaing	Survei kondisi pasar	Harga kompetitif dan terjangkau
4	Daerah distribusi produk	Survei kondisi pasar	Wilayah perkotaan dan penjualan online
5	Saluran distribusi produk	Survei kondisi pasar	Media sosial dan marketplace
6	Media transaksi	Survei kondisi pasar	Penjualan langsung dan e-commerce

Analisis Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia dalam usaha T-Shirt ALCLOTHES menunjukkan adanya struktur organisasi yang sederhana namun fungsional, dengan pembagian tugas yang jelas antara pemilik usaha, bagian produksi, pemasaran, dan distribusi. Kejelasan peran dan tanggung jawab ini berkontribusi terhadap kelancaran operasional karena setiap individu memahami fungsi dan target kinerja masing masing. Dalam perspektif manajemen, pembagian kerja yang terstruktur merupakan salah satu prinsip dasar organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas pencapaian tujuan (Handoko, 2014). Struktur yang relatif sederhana juga memungkinkan proses pengambilan keputusan berlangsung lebih cepat, sehingga usaha dapat merespons perubahan permintaan pasar secara lebih fleksibel.

Selain pembagian kerja, koordinasi antar bagian menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi kualitas produk dan ketepatan waktu distribusi. Komunikasi internal yang baik berperan dalam meminimalkan kesalahan produksi serta menghindari keterlambatan pengiriman yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam usaha berskala kecil dan menengah, fleksibilitas tenaga kerja sering kali menjadi keunggulan karena memungkinkan penyesuaian peran sesuai kebutuhan operasional (Handoko, 2014). Dengan demikian, meskipun jumlah tenaga kerja terbatas, efektivitas koordinasi dapat menjaga stabilitas kinerja usaha.

Pengembangan kompetensi sumber daya manusia menjadi aspek yang perlu diperhatikan untuk mendukung pertumbuhan usaha di masa mendatang. Pelatihan terkait peningkatan keterampilan produksi, pemahaman tren pasar, serta penguasaan pemasaran digital akan memperkuat daya saing usaha dalam industri fashion yang dinamis. Manajemen sumber daya manusia yang adaptif tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan operasional saat ini, tetapi juga pada kesiapan menghadapi ekspansi usaha. Oleh karena itu, dari aspek sumber daya manusia, usaha T-Shirt ALCLOTHES dapat dinilai layak karena memiliki struktur kerja yang jelas, koordinasi yang efektif, serta potensi pengembangan kapasitas yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Analisis Aspek Teknis dan Operasional

Dari sisi teknis, proses produksi T-Shirt ALCLOTHES dilakukan melalui tahapan yang sistematis mulai dari pemilihan bahan baku, proses penyablonan, pengecekan kualitas, hingga pengemasan sebelum distribusi kepada konsumen. Standarisasi tahapan produksi tersebut penting untuk memastikan konsistensi kualitas produk dan meminimalkan risiko cacat produksi. Dalam manajemen operasional, pengendalian proses produksi yang terstruktur berperan dalam meningkatkan efisiensi serta menjaga kesesuaian output dengan standar yang telah ditetapkan (Assauri, 2016). Proses yang terorganisasi dengan baik juga memungkinkan pengendalian biaya produksi sehingga margin keuntungan dapat dipertahankan.

Ketersediaan peralatan produksi yang memadai sesuai dengan skala usaha menunjukkan adanya kesesuaian antara kapasitas produksi dan permintaan pasar. Penggunaan teknologi sederhana namun efektif menjadi pilihan rasional dalam tahap awal pengembangan usaha karena dapat menekan biaya investasi sekaligus menjaga kualitas produk. Dalam konteks operasional, kesesuaian antara kapasitas produksi dan proyeksi penjualan merupakan faktor penting dalam menjaga stabilitas usaha agar tidak terjadi overcapacity maupun kekurangan pasokan (Assauri, 2016). Dengan demikian, secara teknis, usaha ini telah menunjukkan perencanaan operasional yang realistis dan terukur.

Selain proses produksi, aspek operasional juga didukung oleh pemanfaatan platform digital dalam sistem distribusi dan transaksi. Penggunaan marketplace dan media sosial sebagai sarana penjualan memungkinkan proses pemasaran dan distribusi berlangsung secara efisien tanpa memerlukan toko fisik. Integrasi antara sistem produksi dan distribusi digital menciptakan fleksibilitas serta memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah lokal. Secara keseluruhan, aspek teknis dan operasional usaha T-Shirt ALCLOTHES menunjukkan kesiapan infrastruktur dan sistem kerja yang mendukung keberlanjutan usaha, sehingga memperkuat kesimpulan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan dalam jangka panjang.

Analisis Kelayakan Usaha Secara Terpadu

Analisis kelayakan usaha secara terpadu dilakukan dengan mensintesis seluruh temuan pada aspek pasar, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, serta teknis operasional untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai prospek keberlanjutan usaha T-Shirt ALCLOTHES. Secara konseptual, studi kelayakan bisnis tidak hanya menilai satu dimensi tertentu, melainkan mengintegrasikan berbagai aspek guna memastikan bahwa usaha mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Kasmir & Jakfar, 2017). Dalam konteks penelitian ini, hasil analisis menunjukkan adanya konsistensi positif antar aspek, di mana penerimaan pasar yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang adaptif serta kondisi keuangan yang menunjukkan profitabilitas dan margin keamanan yang memadai.

Sinergi antar aspek tersebut memperlihatkan bahwa usaha tidak berdiri pada satu kekuatan tunggal, melainkan memiliki fondasi yang relatif seimbang. Aspek pasar memberikan legitimasi terhadap keberadaan produk, aspek pemasaran memperluas jangkauan dan membangun citra merek, aspek keuangan menjamin keberlanjutan operasional, sedangkan aspek sumber daya manusia dan teknis memastikan kelancaran proses produksi dan distribusi. Keseimbangan ini penting karena kelemahan pada satu aspek dapat berdampak langsung terhadap stabilitas keseluruhan usaha. Oleh karena itu, integrasi yang harmonis antar komponen menjadi indikator penting dalam menilai tingkat kelayakan secara menyeluruh.

Berdasarkan sintesis temuan, usaha T-Shirt ALCLOTHES dapat dikategorikan layak untuk dijalankan dan dikembangkan karena memenuhi kriteria kelayakan dari sisi pasar dan finansial serta didukung oleh manajemen operasional yang memadai. Meskipun demikian, kelayakan ini tetap bersifat dinamis dan bergantung pada kemampuan usaha dalam mempertahankan kualitas produk, melakukan inovasi desain, serta merespons perubahan tren fashion dan preferensi konsumen. Dengan mempertimbangkan seluruh indikator yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa secara terpadu usaha ini memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan dalam industri fashion lokal.

Implikasi Manajerial dan Strategis

Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini menekankan pentingnya konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan diferensiasi desain sebagai strategi mempertahankan keunggulan kompetitif. Dalam industri fashion yang sangat dinamis, inovasi menjadi faktor kunci agar produk tidak kehilangan relevansi di pasar. Manajemen perlu secara berkala melakukan evaluasi terhadap tren dan preferensi konsumen agar strategi pemasaran tetap selaras dengan kebutuhan pasar (Kotler & Keller, 2016). Evaluasi ini juga dapat dilakukan melalui analisis umpan balik pelanggan yang diperoleh dari platform digital.

Selain itu, implikasi strategis juga berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang prudent dan berorientasi pada keberlanjutan. Meskipun usaha telah menunjukkan profitabilitas, pengalokasian laba untuk pengembangan kapasitas produksi, peningkatan kualitas bahan, serta penguatan promosi digital menjadi langkah strategis yang dapat mempercepat pertumbuhan usaha. Dalam perspektif manajemen keuangan, reinvestasi laba merupakan strategi yang efektif untuk memperkuat struktur modal dan meningkatkan daya saing (Riyanto, 2013). Oleh karena itu, keputusan strategis terkait ekspansi perlu didasarkan pada perencanaan keuangan yang matang.

Penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan peningkatan keterampilan digital juga menjadi implikasi penting dari penelitian ini. Kemampuan adaptif tenaga kerja dalam menghadapi perubahan teknologi dan tren pasar akan menentukan daya tahan usaha dalam jangka panjang. Dengan mengintegrasikan inovasi produk, strategi pemasaran digital, serta manajemen keuangan yang sehat, usaha T-Shirt ALCLOTHES memiliki peluang untuk meningkatkan skala usaha dan memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap aspek pasar, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, serta teknis operasional, dapat disimpulkan bahwa usaha T-Shirt ALCLOTHES menunjukkan tingkat kelayakan yang memadai untuk dijalankan dan dikembangkan. Dari aspek pasar, produk memperoleh respon positif dari konsumen, khususnya pada indikator desain, kualitas bahan, serta kesesuaian harga, yang menunjukkan adanya keselarasan antara karakteristik produk dan preferensi target pasar. Strategi pemasaran yang berfokus pada segmentasi yang jelas serta pemanfaatan media digital sebagai saluran promosi dan distribusi memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan industri fashion yang dinamis. Dengan demikian, secara eksternal, usaha ini memiliki peluang pertumbuhan yang cukup signifikan karena didukung oleh penerimaan pasar yang baik dan strategi pemasaran yang adaptif.

Dari aspek keuangan, usaha menunjukkan kemampuan menghasilkan laba bersih yang stabil dengan nilai penjualan yang melampaui titik impas, sehingga memiliki margin keamanan yang memadai dalam menghadapi fluktuasi permintaan maupun perubahan biaya produksi. Kondisi ini mengindikasikan adanya efisiensi dalam pengelolaan biaya serta perencanaan operasional yang realistis. Sementara itu, aspek sumber daya manusia dan teknis operasional memperlihatkan adanya pembagian kerja yang jelas, koordinasi yang efektif, serta proses produksi yang terstandarisasi, sehingga mendukung konsistensi kualitas produk dan kelancaran distribusi. Integrasi antar aspek tersebut mencerminkan fondasi usaha yang relatif seimbang dan tidak bergantung pada satu kekuatan tunggal.

Sintesis dari seluruh indikator menunjukkan bahwa usaha T-Shirt ALCLOTHES layak untuk dilanjutkan dan memiliki prospek keberlanjutan dalam jangka panjang, dengan catatan bahwa inovasi desain, penguatan pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan yang berorientasi pada pengembangan tetap menjadi prioritas strategis. Kelayakan yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat dinamis, sehingga evaluasi berkala terhadap kondisi pasar dan kinerja internal perlu dilakukan guna menjaga daya saing usaha. Dengan mempertimbangkan seluruh temuan penelitian, dapat ditegaskan bahwa usaha ini tidak hanya layak secara ekonomi, tetapi juga memiliki potensi pertumbuhan yang menjanjikan apabila dikelola secara profesional dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen operasi produksi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen produksi*. BPFE.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Kasmir, & Jakfar. (2017). *Studi kelayakan bisnis*. Kencana Prenada Media Group.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan perkembangan industri kreatif Indonesia*. Kemenparekraf.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Erlangga.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi biaya*. Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, B. (2013). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. BPFE.
- Soekartawi. (2016). *Analisis usaha dan kelayakan proyek*. UI Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. CAPS.
- Sutrisno. (2019). *Manajemen keuangan: Teori, konsep, dan aplikasi*. Ekonisia.
- Swastha, B., & Irawan. (2014). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Umar, H. (2015). *Studi kelayakan bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).