

Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha PYRO SHOP Kota Bandung

Sheva Dhaifullah Sheehan¹, Hajmi Ahmad Padilla², Angga Hakiki³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung,
Kota Bandung, Indonesia^{1,2,3}

Email

shevadhaifullah@umbandung.ac.id , hajmiahmad@umbandung.ac.id , anggahakiki@umbandung.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima	22-01-2025
Disetujui	23-01-2025
Diterbitkan	24-01-2025

ABSTRACT

The Pyro Shop business in Bandung focuses on selling flares and pyrotechnic equipment, leveraging the strong football supporter fanbase in the region. Against the backdrop of a rapidly growing entertainment industry, the business aims to provide high-quality, safe products that meet market demands. This study employs a qualitative analysis method to explore business feasibility, utilizing data collection through observation and interviews. The analysis results indicate that the business has significant market potential, particularly among youth and sports fan communities. However, challenges such as intense competition and public safety risks have also been identified. Through the implementation of Environmental Impact Analysis (AMDAL), the business can manage negative environmental effects and raise public awareness about the safe use of flares. The proposed environmental management plan includes user education and product quality monitoring. Thus, Pyro Shop has the potential not only to achieve financial profitability but also to make a positive contribution to public safety and environmental sustainability.

Keywords: Business Feasibility, Pyro Shop, Flare, Festival Music

ABSTRAK

Usaha Pyro Shop di Kota Bandung berfokus pada penjualan alat piroteknik, memanfaatkan fanatisme suporter sepakbola yang tinggi di daerah tersebut. Dengan latar belakang industri hiburan yang berkembang pesat, usaha ini bertujuan untuk menyediakan produk berkualitas yang aman dan memenuhi kebutuhan pasar. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk mengeksplorasi kelayakan bisnis, dengan pendekatan yang menekankan pada pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil analisis menunjukan bahwa usaha ini memiliki potensi pasar yang signifikan, terutama di kalangan pemuda dan komunitas penggemar olahraga. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat dan risiko keselamatan publik juga diidentifikasi. Melalui penerapan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), usaha ini dapat mengelola dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan flare secara aman. Rencana pengelolaan lingkungan yang diusulkan mencakup edukasi pengguna dan pemantauan kualitas produk. Dengan demikian, usaha Pyro Shop tidak hanya berpotensi untuk mencapai keuntungan finansial tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap keselamatan publik dan lingkungan.

Kata Kunci : Kelayakan Bisnis, Pyro Shop, Flare, Festival Musik

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Sheehan, S. D., Padilla, H. A., & Hakiki, A. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha PYRO SHOP Kota Bandung. *JEJAKDIGITAL: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 61-73. <https://indojurnal.com/index.php/jejakdigital/article/view/9>

PENDAHULUAN

Berbisnis dapat menjadi suatu peluang usaha untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan kegiatan berbisnis dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki niat dan tekad untuk melakukannya. Di era digital seperti sekarang, bila seseorang mampu melihat peluang untuk melakukan bisnis maka orang itu akan bisa berhasil karena bisnis yang ditekuninya. Perkembangan dunia bisnis saat ini maju sangat cepat dan pesat, berbagai bentuk bisnis bisa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari.

Proyek bisnis merupakan suatu usaha yang direncanakan sebelumnya dan memerlukan sejumlah pembiayaan serta penggunaan masukan-masukan lain yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu dan dilaksanakan dalam waktu tertentu pula. Karena itu, suatu proyek bisnis memperhatikan segala aspek yang relevan sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Proyek bisnis ini dapat berupa suatu pendirian usaha baru atau pengembangan dari usaha yang telah ada.

Karena itulah, Usaha Pyro Shop Flare Kota Bandung ini hadir. Usaha ini menjual flare (suar) yang dikenal dalam pertandingan sepakbola. Biasanya penyalaan flare dilakukan oleh supporter klub ketika memenangkan laga. Flare atau suar merupakan salah satu bentuk *pyrotechnics* yang menghasilkan cahaya yang sangat terang atau panas tinggi tanpa menghasilkan ledakan. Saat ini, penggunaan flare di tribun penonton sangatlah dilarang dan ada sanksinya. Oleh karena itu, kami menjual flare untuk digunakan untuk acara lain seperti nonton bareng (nobar), acara sekolah, kegiatan komunitas dan lain sebagainya, hal ini yang menyebabkan angka penjualan flare tak pernah turun meski para penjualnya semakin banyak. Peluang bisnis seperti ini dapat menciptakan proyek bisnis yang sempurna apabila ditekuni dengan baik.

METODE PENELITIAN

Pada kesempatan kali ini, penelitian dilakukan dengan metode analisis kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh. Metode ini lebih mengutamakan kualitas daripada kuantitas sehingga lebih cocok digunakan dalam penelitian yang bersikap deskriptif atau eksploratif. Metode penelitian kualitatif lebih menekankan pada pengumpulan, analisis dan interpretasi data yang diperoleh. Dalam metode penelitian kualitatif, peneliti akan berinteraksi langsung dengan informan atau subjek penelitian. Hal ini agar peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait fenomena yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen yang kemudian dianalisis dan diinterpretasikan oleh peneliti. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami hal-hal mengenai situasi sosial, peristiwa dan kendala yang ada.

KAJIAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan perencanaan bisnis yang dilakukan dengan hasil akhir adalah laporan kelayakan bisnis atau usaha dan adanya kelayakan usaha untuk dapat dimulainya suatu bisnis. Tujuan digunakannya studi kelayakan bisnis adalah untuk memastikan rencana usaha tersebut layak atau tidak, dan jika layak artinya dapat dijalankan secara rutin untuk mencapai keuntungan yang optimal dalam waktu telah ditentukan. Studi kelayakan bisnis penting karena dapat menganalisis aspek aspek yang

mempengaruhi pencapaian usaha atau bisnis, dengan adanya sudi kelayakan bisnis dapat meminimalisir kesalahan atau risiko yang mungkin bisa terjadi (*Buku studi kelayakan bisnis : Syahputra, 2023*)

Flare

Flare merupakan suar atau suatu tabung yang berisi gas dan apabila dinyalakan dengan api dapat memunculkan suatu cahaya. Flare dapat menimbulkan efek visual yang digunakan dalam pertunjukan kembang api dan acara-acara hiburan lainnya. Fungsi utama flare adalah untuk memberi isyarat sinyal ketika menemukan adanya bahaya atau meminta bantuan. Dalam ranah supporter sepakbola, flare mulai eksis sejak dibawa oleh Hooligans Inggris dimana pada saat itu, mereka ingin menunjukkan eksistensinya serta sebagai bentuk protes karena Hooligans sendiri identik dengan kerusuhan dan vandalisme (*Artikel Apa itu flare? Mengapa Berbahaya dan Bisa Menyebabkan Kebakaran, Ini Penjelasannya ; Pikiran rakyat zona banten*)

Aspek Pemasaran

Analisis pemasaran merupakan studi tentang dinamika pasar. Hal tersebut mempelajari daya Tarik pasar khusus dalam industri tertentu. Menurut Philip kotler (1992); *marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value of with other* (pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (*Studi Kelayakan Bisnis 2023 ; Drs. Danang Sunyoto*). Analisis pemasaran pada dasarnya merupakan rencana bisnis yang menyajikan informasi mengenai pasar tempat bisnis beroperasi. Analisis ini berkaitan dengan berbagai faktor dan tidak boleh disamakan dengan analisis pasar. Analisis pemasaran dilakukan agar dapat merumuskan Segmentasi pasar dan Analisis SWOT tentang bagaimana menjalankan bisnis. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Dengan menilai kekuatan dan kelemahan Perusahaan dapat membuat strategi pada faktor mana yang menjadi fokus.

Aspek Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu ilmu atau bagaimana cara mengatur hubungan dan peranan sumber daya tenaga kerja yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif agar dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan yang telah diproyeksikan. Ruang lingkup human resource management mencakup semua kegiatan, setiap departemen dan aktivitas dalam suatu organisasi membutuhkan sumber daya manusia. Oleh karena itu, ruang lingkup manajemen sumber daya manusia sangat luas. Berikut klasifikasi dalam aspek utama diantaranya :

- Aspek personalia. Berkaitan dengan perencanaan tenaga kerja, rekrutmen, seleksi, penempatan, promosi, pelatihan, pengembangan dan lain-lain.
- Aspek kesejahteraan. Berkaitan dengan kondisi dan fasilitas kerja
- Aspek hubungan industrial. Mencakup hubungan serikat pekerja dan manajemen, konsultasi Bersama serta penyelesaian konflik.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan Perusahaan secara keseluruhan dan merupakan aspek yang penting untuk diteliti kelayakannya. Hal ini berhubungan dengan modal dan investasi yang digunakan dalam pembiayaan suatu usaha. Penilaian kelayakan bisnis dalam

aspek keuangan meliputi penilaian terhadap sumber-sumber dana yang diperoleh, biaya kebutuhan investasi, estimasi pendapatan yang akan diperoleh, estimasi biaya operasi dan pemeliharaan, break even point serta arus kas. (*Buku Studi Kelayakan Bisnis;pendekatan integratif; Harahap,M.M, 2018*)

Aspek Teknis dan Teknologi Operasional

Aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis merupakan hal-hal yang berkaitan dengan proses Pembangunan Perusahaan atau bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah Perusahaan dibangun. Analisis teknis sering dikenal dengan aspek produksi. Analisis teknis sangat penting dilakukan Sebelum Perusahaan dijalankan agar tidak berakibat fatal bagi sebuah bisnis yang akan dijalankan. Jadi, aspek operasi adalah untuk menilai kegiatan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penilaian terhadap aspek ini sangat penting karena menyangkut hal-hal seperti masalah desain barang dan jasa, pengelolaan kualitas, strategi proses, strategi atau letak (layout), sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, manajemen persediaan, penjadwalan dan pemeliharaan. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri. (*Studi Kelayakan Bisnis, Syahputra, Jan Salean, et al, 2023*)

Aspek Analisis Dampak Lingkungan

Analisis mengenai dampak lingkungan atau AMDAL adalah suatu hasil studi mengenai dampak suatu kegiatan yang direncanakan dan diperkirakan mempunyai dampak penting terhadap lingkungan hidup. AMDAL merupakan kajian dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup, dibuat pada tahap perencanaan, dan digunakan untuk pengambilan keputusan. Tujuan secara umum AMDAL adalah menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan serta menekan pencemaran sehingga dampak negatifnya menjadi serendah mungkin. Analisis mengenai dampak lingkungan meliputi deskripsi usaha, tujuan usaha, dampak positif dan negatif suatu usaha, dokumen rencana pengelolaan lingkungan dan rencana pemantauan lingkungan. (*Buku Studi Kelayakan Bisnis;pendekatan integratif; Harahap,M.M, 2018*)

Aspek Hukum

Aspek legal dan hukum adalah bagian yang cukup penting dan harus dianalisis sebelum memulai suatu kegiatan bisnis. Karena itu dalam rencana bisnis, perlu pula dianalisis aspek regulasi (legal) dan hukum yang berkaitan dengan bisnis yang akan dilakukan. Regulasi dan hukum akan menjadi pedoman dalam menjalankan usaha tersebut, yaitu mencakup proses perijinan, dokumen lain yang wajib disediakan. Untuk jenis bisnis tertentu yang memiliki resiko atau dampak pada lingkungan perlu dilakukan sosialisasi dengan masyarakat terdampak (sekitar lingkungan usaha) guna memberikan informasi tentang deskripsi dan jenis kegiatan dan yang menjadi penting adalah persetujuan dari masyarakat sekitar terhadap rencana kegiatan usaha.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Flare adalah alat pyroteknik yang sangat membantu ketika sedang dalam kondisi darurat. Flare mempunyai kegunaan seperti untuk mengirim sinyal darurat ketika sedang melakukan penjelajahan atau ketika ada kondisi darurat kegiatan maritim, atau bisa sebagai alat untuk memeriahkan perayaan.

Di Kota Bandung, Hand flare (suar) sering dijumpai pada beberapa peristiwa spesial waktu kompetisi sepakbola seperti nonton bareng pertandingan super big match atau pertandingan tim nasional

indonesia. Dalam ranah sepakbola, flare ini mempunyai peranan yang berbeda. Flare disini banyak dipakai untuk membuat suasana lebih hidup sekaligus menjadi lambang dukungan pada tim kesayangannya. (Artikel Istilah Flare dan Smoke Bomb Dalam Sepakbola ; Blogspot petasankorek.com)

Gambaran Usaha Pyro Shop Flare Kota Bandung

Usaha Pyro Shop Kota Bandung merupakan usaha kecil yang dikelola mulai tahun 2020 hingga sekarang, didirikan di Kecamatan Majalengka, Kabupaten Majalengka. Didirikan oleh Faisal dan Sheva ketika masih menjadi siswa di Sman 2 Majalengka. Pyro Shop Flare memiliki 2 cabang yaitu Pyro Shop Majalengkans dan Pyro Shop Flare Kota Bandung. PyroShop Flare Kota Bandung Memiliki slogan “PyroShop Termurah Se Bandung Raya”. Kedua unit usaha ini merupakan usaha yang sama-sama bergerak dalam bidang penjualan produk-produk pyrotechnic, termasuk flare dan perangkat sejenis. Usaha ini dikenal karena menawarkan berbagai macam jenis flare dengan harga yang kompetitif dan kualitas terjamin. Usaha ini berfokus pada penyediaan barang-barang yang digunakan dalam berbagai acara, seperti konser, festival acara dan pendakian gunung maupun aktivitas adventure serta aktivitas maritim.

Pembahasan Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Pyro Shop Flare Kota Bandung

1. Aspek Teknis dan Teknologi Operasional

a. Lokasi usaha

Usaha Pyro Shop Flare ini berlokasi di Desa Cibiru Hilir, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung. Operasional pada usaha ini bisa dengan Cash On Delivery (COD), bisa datang ke lokasi Kosan sheva yang berada d Jl. Pilar Barat III, Komplek Pilar Biru ataupun melakukan pemesanan online pada platform e- commerce Shopee.

b. Desain barang dan jasa

1.1 Gambar Produk



c. Manajemen Persediaan

Pelaku usaha memastikan pengelolaan persediaan dilakukan dengan baik untuk menghindari kelebihan atau kekurangan stok. Sistem pencatatan persediaan produk harus dipaparkan secara real agar menyeimbangkan antara barang yang sudah dijual dan persediaan yang ada.

2. Aspek Pemasaran

A. Segmentasi

1. Segmentasi Demografis

Usia

- Remaja berusia 15-24 tahun : pendaki gunung, penggemar sepak bola dan acara musik
- Dewasa 25-45 tahun : Individu yang terlibat dalam organisasi, komunitas, siswa sekolah yang sering mengadakan event atau acara

Jenis Kelamin

- Laki-Laki yang lebih banyak terlibat dan menyukai tim sepakbola, konser musik dan pendaki gunung
- Perempuan yang mungkin terlibat dalam acara komunitas atau perayaan

Status Sosial Ekonomi

Kelas menengah keatas yang mampu membeli produk pyrotechnics untuk acara khusus untuk perayaan

2. Segmentasi Geografis

Lokasi

- Kota Bandung
- Daerah sekitarnya yang meliputi Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, Kabupaten Sumedang

3. Segmentasi Psikografis

Gaya Hidup

- Pendaki atau penjelajah alam yang gemar melakukan penjelajahan di alam liar
- Penggemar tim sepakbola yang aktif mengikuti perkembangan dan tren supporter
- Pecinta musik dan festival seperti anak skena yang menghadiri konser

Nilai dan Sikap

- Individu yang menghargai pengalaman sosial dan hiburan serta mencari cara untuk mengekspresikan dukungan mereka terhadap apa yang mereka sukai.

4. Segmentasi Perilaku

Frekuensi Pembelian

- Pembeli musiman yang membeli flare hanya saat ada pertandingan super besar melawan rival, pertandingan tim nasional atau festival musik besar.
- Pembeli reguler yang membeli flare untuk berbagai acara sepanjang tahun termasuk acara komunitas, perayaan pribadi ataupun untuk pendakian gunung sebagai alat siap siaga ketika tersesat

5. Segmentasi Berdasar Kebutuhan

Kebutuhan acara khusus

- Acara nonton bareng sepakbola.
- Acara komunitas saat dalam perayaan.
- Open trip pendakian gunung
- Kegiatan maritim

B. Targeting

Usaha ini memfokuskan pemasaran pada beberapa segmen yang dianggap paling potensial, seperti acara sepakbola, festival konser, pendaki gunung di sekitar Bandung Raya. Dengan menentukan target ini, usaha dapat lebih mudah menyesuaikan produk dan layanan dengan kebutuhan spesifik dari segmen tersebut.

C. Positioning

Dalam aspek positioning, bisnis ini terkenal dengan produk yang berkualitas dan murah. Dengan menggunakan slogan *“Pyro Shop Termurah Se Bandung Raya”* untuk menekankan produk dijual dengan harga yang murah agar dapat menarik konsumen. Usaha ini juga menekankan pada pengalaman pengguna dan kualitas produk yang tinggi, sehingga membuat konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang setara dengan harga yang mereka bayar.

D. Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)

1. PyroShop Flare Kota Bandung menawarkan berbagai jenis flare dan perangkat piroteknik lainnya, membuatnya unggul dalam pilihan produk.
2. Produk dikenal karena kualitas terjamin penting untuk keamanan dan kepuasan pelanggan.
3. Letak usaha yang strategis di Kota Bandung dan siap antar se Bandung Raya.
4. Fokus pada pelayanan yang baik untuk membantu meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan.

Weakness (Kelemahan)

1. Tidak adanya tempat usaha seperti toko yang dapat membatasi kapasitas stok dan kemampuan menampung pelanggan.
2. Promosi Kurang Efektif: Kurangnya kampanye promosi aktif dapat mempengaruhi kesadaran brand dan jumlah pelanggan.
3. Pembeli musiman ketika hanya waktu-waktu tertentu.
4. Tidak adanya jaminan ketika produk tidak menyala.
5. Menyebabkan risiko kebakaran, bahaya luka bakar dan risiko keselamatan public

Opportunities (Peluang)

1. Potensi Pasar yang Meningkat karena pertumbuhan aktivitas pemuda dan event serta aktivitas supporter di Kota Bandung yang membutuhkan flare dan perangkat pyrotechnics.
2. Kebutuhan Produktifitas Tinggi seperti Industri film, teater, dan event lainnya yang membutuhkan flare untuk efek visual pertunjukannya.

3. Adanya Kerjasama dengan Mitra membuat kolaborasi dengan produsen atau supplier untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk.

Threats (Ancaman)

1. Persaingan yang Ketat karena banyak usaha lain di Kota Bandung yang menawarkan produk serupa, sehingga membutuhkan strategi marketing yang efektif.
2. Perubahan hukum atau regulasi yang mempengaruhi perdagangan perangkat piroteknik. Hal ini bisa jadi salah satu penyebab usaha berhenti beroperasi.
3. Kondisi ekonomi global yang lemah dapat mempengaruhi niat beli konsumen.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia utama dalam pengelolaan usaha ini adalah pemilik modal sendiri. Dalam hal ini, artinya hanya satu orang yang berkontribusi dalam usaha Pyro Shop Flare Kota Bandung ini. Hal ini karena terbatasnya modal dan usaha yang masih kecil. Dengan terbatasnya sumber daya manusia, analisis pekerjaan dan tugas utama dari pemilik modal yaitu :

1. Pemeriksaan kontrol kualitas produk
2. Mengidentifikasi peluang penjualan baru
3. Menyusun laporan keuangan bulanan
4. Memasarkan produk
5. Mengantar produk ke pembeli

4. Aspek Dampak Lingkungan

A. Deskripsi usaha : Penjualan Flare dan peralatan pyrotechnics

B. Tujuan usaha

- Menyediakan produk yang berkualitas dan aman untuk konsumen
- Meningkatkan kesadaran Masyarakat dengan cara edukasi dan promosi keselamatan publik
- Memenuhi kebutuhan pasar.

C. Dampak Positif

- Edukasi dan sosialisasi terhadap masyarakat
- Mencegah dan menganalisis dampak pencemaran dan kerusakan lingkungan
- Menyediakan produk yang dapat digunakan dalam situasi darurat, meningkatkan keselamatan public.

D. Dampak Negatif

- Pembakaran flare dapat menghasilkan asap yang dapat mencemari udara dan membahayakan yubuh seperti sesak nafas, asma hingga mata perih akibat asap yang dihasilkan.
- Potensi risiko kebakaran akibat penggunaan flare ditempat dan suasana yang tidak tepat karena flare menciptakan panas yang tinggi mulai dari 700-1000 derajat celcius yang mampu melelehkan tiang iang penyangga Gedung dalam waktu beberapa menit.
- Potensi cedera luka bakar akibat flare yang tidak beroperasi dengan baik

E. Rencana Pengelolaan Lingkungan (RKL)

- Pelatihan dan edukasi tentang penggunaan flare secara aman
- Menggunakan flare yang memenuhi standar emisi untuk meminimalkan pencemaran udara
- Pengecekan produk untuk memenuhi standar kualitas agar tidak terjadi kesalahan dalam pembakaran

F. Rencana Pemantauan Lingkungan

- Evaluasi kepuasan pelanggan dengan cara mengumpulkan umpan balik dari konsumen mengenai produk dan layanan untuk meningkatkan kualitas usaha.

5. Aspek Keuangan

1. Investasi atau Modal Awal

Modal yang dikeluarkan oleh pemilik untuk membuka usahanya merupakan modal sendiri. Modal sendiri merupakan modal yang diperoleh dari pemilik usaha dengan cara mengeluarkan saham baik terbuka maupun tertutup.

A. Rencana Kebutuhan Modal Investasi

Tabel 0.1 Rencana Kebutuhan

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga
1	Flare	1 karton 96 pcs	Rp. 3.600.000

Jadi, modal untuk satu pack produk adalah Rp. 150.000

Tabel 0.2 Kebutuhan kemasan

	Nama Bahan Baku	Unit	Harga	Jumlah
	Kardus	1 pack x 50 (1)	Rp 45.000	Rp 45.000
	Plastik Wrapping	1 roll x 100 m (3)	Rp .30.000	Rp 90.000
	Pita Label	1 pack x 50 (5)	Rp 15.000	Rp 75.000
	Kertas Stiker	1 lembar x 25 (2)	Rp 15.000	Rp 30.000
	Total			Rp 240.000

Tabel 0.3 Total Investasi Awal

Kategori	Total biaya(Rp)
Peralatan	Rp. 3.600.000
Bahan baku	Rp. 240.000
Total investasi awal	Rp 3.840.000

B. Harga jual dan pendapatan

Tabel 0.4 Harga jual

Satuan	Harga
Per Pcs 1 Flare	Rp. 55.000
Satu Pack	Rp. 210.000

Tabel 0.5 Hasil Pendapatan

Bulan	Terjual (pcs)	Satuan (Rupiah)
November	50 pcs	Rp. 2.750.000
Desember	46 pcs	Rp. 2.530.000
Jumlah		5.280.000

Hasil pendapatan pada Bulan November sebesar Rp.2.750.000 dengan data penjualan sebanyak 50pcs Flare yang terjual. Kemudian pendapatan pada Bulan Desember mengalami kenaikan dengan jumlah pendapatan Rp.2.530.000 dengan data penjualan sebanyak 46pcs yang terjual.

Laba bersih= Pendapatan - Total kebutuhan

$$= \text{Rp. } 5.280.000 - \text{Rp. } 3.840.000 = \text{Rp. } 1.440.000$$

1. Perhitungan IRR

IRR adalah tingkat pengendalian investasi yang membuat Net Present Value (NPV) menjadi nol berdasarkan:

- Investasi awal : Rp.3.840.000
- Cash flow bulanan : Rp.1.440.000

2. Break Even Point (BEP)

BEP adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

BEP di hitung dengan :

$$\begin{aligned}\text{BEP} &= \text{Biaya tetap} / (\text{Harga jual per pack} - \text{Biaya variabel per pcs}) \\ &= 3.840.000 / (210.000 - 55.000) \\ &= 3.840.000 / 155.000 \\ &= 24,77 \text{ pcs/bulan}\end{aligned}$$

C. Laporan Laba Rugi

Laporan laba-rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil-hasil usaha yang dicapai selama periode tertentu. Laba rugi bersih adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya atau pengeluaran total. Pendapatan mengukur aliran masuk asset bersih (setelah dikurangi utang) dari penjualan barang atau jasa.

Tabel 0.6 Hasil Pendapatan

Keterangan	Harga
Pendapatan	Rp. 5.280.000
Total	Rp. 5.280.000

Penghasilan bersih penjualan Terhadap Usaha PYRO SHOP Kota Bandung adalah Rp. 5.280.000.

6. Aspek Hukum

A. Flare dalam Stadion

Penggunaan flare dalam pertandingan sepakbola resmi di indonesia tidak diperbolehkan atau dilarang berdasar Pasal 52 huruf c butir i Fifa Stadium Safety and Security Regulations dan Pasal 70 ayat (1) Kode Disiplin PSSI 2018. Terhadap pelanggaran hal ini, dapat dikenakan sanksi berupa denda kepada klub tuan rumah atau badan yang menunjuk atau mengawasi panitia pelaksana pertandingan tertentu, klub tamu, ataupun kedua klub tersebut.

B. Flare dalam Acara Nonton bareng

Panitia penyelenggara nonton bareng biasanya menyediakan flare untuk digunakan dengan tujuan agar menarik perhatian orang-orang di sekitar. Sampai saat ini, tidak ada aturan dan larangan penggunaan flare pada acara nonton bareng, tetapi hanya berupa himbauan kepada para penonton agar tetap menjaga ketertiban dan keamanan ketika acara nonton bareng berlangsung.

C. Flare dalam acara Festival musik atau konser

Penggunaan flare dalam acara festival konser musik seringkali memiliki regulasi yang ketat. Jika acara tersebut menghadirkan band bergenre hardcore, punk dan genre aliran musik keras, biasanya panitia akan mengizinkan penyalaan flare dengan tetap berkoordinasi dengan pihak-pihak lain untuk keamanan dan keselamatan. Jadi biasanya menyesuaikan dengan apa yang ada dan ditampilkan dalam acara tersebut.

D. Flare dalam acara kegiatan komunitas atau acara sekolah

Kebijakan penggunaan flare di komunitas atau perayaan sekolah itu situasional dan kondisional. Flare biasanya digunakan untuk menciptakan efek visual yang menarik dan menambah semangat dalam acara. Misal saat pemotretan untuk buku tahunan sekolah, sudah banyak sekolah yang menggunakan flare sebagai efek visual.

E. Flare dalam pendakian gunung

Penggunaan flare dalam penjelajahan sangat dianjurkan dengan tujuan agar sebagai penanda navigasi. Flare berfungsi sebagai alat sinyal darurat yang efektif. Dalam penjelajahan di alam, flare dapat digunakan untuk menandai lokasi penting atau memberikan sinyal kepada regu penyelamat jika ada kejadian darurat.

F. Flare dalam kegiatan maritim/nelayan

Sejak zaman dulu, flare digunakan sebagai sinyal darurat untuk situasi ketika mengalami masalah ketika berlayar, flare memberikan sinyal visual yang jelas kepada kapal lain. Nelayan menggunakan jenis flare yang sesuai dengan kebutuhan seperti hand flare.

KESIMPULAN

Usaha Pyro Shop di Kota Bandung menunjukkan kelayakan yang cukup baik untuk dijalankan, terutama dengan memanfaatkan fanatisme komunitas pendukung sepak bola dan potensi pasar yang terus berkembang di industri hiburan. Penjualan flare sebagai produk utama memiliki daya tarik yang kuat di segmen pemuda, komunitas olahraga, dan penggemar musik. Lokasi yang strategis dan metode pemasaran yang mencakup layanan online memberikan keunggulan kompetitif dalam menjangkau konsumen.

Dari hasil analisis SWOT, usaha ini memiliki kekuatan berupa variasi produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, serta pelayanan yang baik. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat, regulasi hukum, dan risiko keselamatan perlu dikelola dengan baik. Untuk mengatasi tantangan ini, penerapan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) dan rencana pengelolaan lingkungan menjadi langkah penting, termasuk edukasi konsumen tentang penggunaan flare secara aman dan pengawasan kualitas produk.

Secara keseluruhan, Pyro Shop berpotensi menjadi usaha yang menguntungkan secara finansial sekaligus memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dengan menyediakan produk yang aman dan mendukung kesadaran lingkungan. Dengan pengelolaan yang tepat, usaha ini dapat bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Sunyoto, Danang, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M., Widiyanti, Barbara Nining, M.M., & Susanti, Fathonah Eka, S.E., M.M. (2023).
Studi Kelayakan Bisnis: Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek. Yogyakarta: CV. Eureka Media Aksara. ISBN 978-623-151-917-7.
- Zona Banten Pikiran Rakyat. (2025). Apa itu Flare? Mengapa berbahaya dan Bbisa Menyebabkan Kebakaran? Ini Penjelasannya, Diakses dari <https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-237094751/apa-itu-flare-mengapa-berbahaya-dan-bisa-menyebabkan-kebakaran-ini-penjelasannya?page=all>
- Petasan Korek. (2018). *Istilah Flare dan Smoke Bomb dalam Dunia Piroteknik*. Diakses dari <https://petasankorekk.blogspot.com/2018/01/istilah-flare-dan-smoke-bomb-dalam.html>