

ANALISIS KELAYAKAN USAHA BUSANA MUSLIM MELALUI ASPEK TEKNIS, PEMASARAN DAN FINANSIAL DI UMKM MOMA LIBAS TAQWA

Masnunah¹⁾, Dyah Puspitasari Sunaryo Putri²⁾, dan Ade Irawan³⁾

¹⁾Mahasiswa Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

²⁾Dosen Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten
mznuna@yahoo.com, dosen01507@unpam.ac.id, dosen00691@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha Moma libas taqwa dari aspek *non-finansial* dan aspek finansial. Adapun analisis kelayakan *non finansial* dengan menganalisis aspek teknis dan pemasaran. Sedangkan analisis finansial dianalisis menggunakan *Payback period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Break Even Point* (BEP), dan *Benefit Cost Ratio* (BCR) dengan tingkat *disconto factor* 6%. Kelayakan usaha dari aspek teknis menunjukkan layak namun perlu menambah jumlah sumberdaya manusianya. Untuk aspek pemasaran Moma Libas Taqwa telah melakukan segmentasi, menentukan sasaran pasar, dan menempatkan usahanya dengan baik di pasar yaitu menargetkan kalangan wanita yang beragama Islam baik anak-anak, remaja, dan dewasa yang berdomisili di Kecamatan Taktakan, Kota Serang. Hasil analisa kelayakan dari aspek finansial menunjukkan usaha layak dijalankan dengan kriteria kelayakan yang menghasilkan *Payback period* (PP) selama 56 bulan, nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 18.511.049, nilai *Benefit Cost Ratio* (BCR) 1,07 > 0, dan telah melampaui *Break Even Point* sebesar 515 pcs/tahun.

Kata Kunci ; Aspek Finansial, Aspek Pemasaran, Aspek Teknis, Aspek kelayakan.

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia penduduknya sebagian besar beragama Islam, dalam berbusana menurut agama islam pada waktu terakhir ini sering mendengar kata *syar'i* yang sudah keseharian dideangar oleh kalangan masyarakat indonesia khususnya kaum perempuan. Bagi perempuan muslim hijrah tidak hanya merubah sikap, perkataan, dan perbuatan tetapi juga penampilan. Dengan penduduk yang mayoritas muslim dalam bidang *fasion* para pelaku usaha dijadikan peluang dalam melakukan bisnis usaha, maka di Indonesia banyak pengusaha yang bergerak dibidang usaha busana atau *fasion*.

Berdasarkan data Kemenperin, terdapat 30% industri busana muslim dari 750 ribu Industri Kecil Menengah (IKM) sandang di Indonesia sampai pertengahan tahun 2016. Selain itu, sepanjang tahun 2015 (<https://kemenperin.go.id/>, 2016).

Nilai ekspor produk busana muslimah pada tahun 2017 mengalami kenaikan 8,7% dibanding tahun 2016 yaitu sebesar 13,39 miliar dollar AS. Menurut Menteri perindustrian Airlangga Hartanto, pada tahun 2020 yang akan datang, Indonesia telah ditargetkan menjadi kiblat *fashion* muslim dunia (Pitoko, 2018).

Moma Libas Taqwa adalah usaha baru yang dibangun sebagai usaha dagang milik perorangan pada bulan Juni 2017. Sebagusai usaha baru Moma Libas Taqwa menghadapi permasalahan serta tantangan baik aspek teknis, pemasaran maupun finansial. Selama masa beroperasi hingga saat ini, Moma libas taqwa tidak memiliki perencanaan tertentu dalam melakukan pemasaran, perencanaan produksi dan finansial. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis kelayakan usaha pada Moma libas taqwa. Sehingga peneliti

memutuskan untuk memilih judul “Analisis Kelayakan Usaha Busana Muslim Dengan Metode Teknis, Pemasaran dan Finansial Di UMKM Moma Libas Taqwa”.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui, “Bagaimana analisis kelayakan usaha busana muslim di UMKM Moma Libas Taqwa dilihat dari aspek teknis, pemasaran dan finansial?”.

II. DASAR TEORI

Dalam teori penelitian ini dapat dijelaskan dibawah ini:

A. Definisi UMKM

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut perundang-undangan No. 20 tahun 2008 adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Menurut (Kanaidi 2015), UMKM adalah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dari terciptanya lapangan kerja dan jumlah usaha.

Pengertian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah pengembangan dari 4 kegiatan utama ekonomi sebagai motor penggerak pembangunan Indonesia yaitu industri manufaktur, agrobisnis, bisnis lautan dan sumber daya manusia, (Thamrin Abdul, 2017),

B. Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha merupakan kegiatan mempelajari secara mendalam untuk menentukan kelayakan usaha yang telah dijalankan maupun sebelum dijalankan. Kelayakan sendiri adalah kegiatan penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha memberikan keuntungan finansial dan *non* finansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan berdasarkan analisa kelayakan. (G. Siregar, 2015).

C. Aspek Teknis Kelayakan Usaha

Dalam penjelasan aspek teknis dari beberapa pendapat peneliti terdahulu adalah aspek menilai kelayakan teknis operasional dan teknologi yang akan digunakan agar tidak terjadi kesalahan fatal yang akan membuat semakin tinggi biaya produksi. Dalam menganalisis aspek ini diantaranya adalah pemilihan dan perancangan produk, perencanaan dari kapasitas produksi, perencanaan proses, fasilitas produksi dan perencanaan lokasi bisnis. Aspek teknis berkaitan dengan penentuan lokasi proyek, tata letak pabrik, penyusunan peralatan, proses produksi dan teknologi yang dipilih, (Kasmir dan Jakfar, 2016).

D. Aspek Pemasaran Kelayakan Usaha

Analisa yang dilakukan dalam penelitian ini adalah segmentasi, *targeting*, *positioning*, dan strategi pemasaran. Segmentasi pada pemasaran adalah mengidentifikasi kelompok pelanggan yang memberikan respon secara berbeda dengan kelompok lainnya terhadap penawaran kompetitif (Aaker, 2013).

Dalam proses evaluasi beberapa segmen pasar untuk daya tarik adalah dengan memilih salah satu atau sebagian yang diberikan pelayanan dan proses evaluasi merupakan bagian dari target pasar. (Tjiptono, 2019).

Positioning menurut Kotler dalam Kembuan (2014), adalah kegiatan dalam merancang penawaran serta citra perusahaan dalam menduduki target pasar yang dituju. Sedangkan srategi pemasaran menurut Prahalad dalam Wibowo (2015), adalah tindakan yang bersifat meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang berkaitan dengan yang diharapkan pelanggan di masa yang akan datang. Demikian penjelasan dari aspek untuk kelayakan usaha dengan aspek pemasaran adalah sebuah kegiatan yang dimana menarik dari beberapa pelanggan untuk membeli produknya.

E. Aspek Finansial Kelayakan Usaha

Analisa finansial adalah suatu analisis yang berkaitan dengan sumber dana yang akan diperoleh dan proyeksi pengembaliannya dengan tingkat biaya modal (biaya yang dikeluarkan) dan sumber dana yang bersangkutan. Analisis finansial menggunakan beberapa metode perhitungan sebagai berikut:

1. *Payback Period* (PP)

Payback Period (PP) digunakan untuk melihat jangka waktu pengembalian modal usaha yang dikeluarkan melalui pendapatan bersih tambahan yang diperoleh

$$\begin{array}{r}
 \text{Payback Period} = \text{Modal} \quad \quad \quad = \text{xxx} \\
 \text{Proceeds thn 1} \quad = \text{xxx} \quad - \\
 \hline
 \text{Sisa} \quad \quad \quad \quad \quad \quad = \text{xxx} \\
 \text{Proceeds thn 2} \quad = \text{xxx} \quad - \\
 \hline
 \text{Sisa} \quad \quad \quad \quad \quad \quad = \text{xxxx} \\
 \text{dst}
 \end{array}$$

2. *Net Present Value* (NPV)

Analisis Net Present Value (NPV) dilakukan untuk mengetahui apakah suatu usaha akan memberi tingkat pengembalian melebihi atau kurang dari tingkat pengembalian minimum yang diinginkan (minimum attractive rate of return, MARR).

$$NPV = \Sigma PV_{benefit} - \Sigma PV_{cost}$$

3. *Break Even Point* (BEP)

BEP adalah titik dimana suatu perusahaan atau bisnis dalam keadaan belum memperoleh keuntungan, namun tidak pula merugi.

4. *Benefit Cost Ratio* (BCR)

Benefit Cost Ratio (BCR) atau disebut juga analisis manfaat dan biaya. Analisis manfaat-biaya merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui besaran keuntungan/kerugian serta kelayakan suatu usaha.

$$BCR = \frac{PV_{benefit}}{PV_{cost}}$$

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dimana memusatkan perhatian pada satu unit secara intensif dan terperinci sehingga menghasilkan suatu gambaran yang lengkap pada unit yang diteliti. Dalam penelitian ini gambaran yang dimaksud bersifat *evaluative* karena penelitian ini menganalisa kelayakan usaha.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi berkonsentrasi pada perekaman, analisis, dan interpretasi yang terencana terhadap tingkah laku, tindakan, dan kejadian untuk menghasilkan gambaran mengenai objek yang akan diteliti.

Wawancara dilakukan dengan pihak terkait atau narasumber untuk memperoleh informasi dan penilaiannya mengenai perihal yang dibutuhkan untuk analisis. Dalam wawancara dilakukan dengan beberapa pertanyaan dengan menggunakan kuesioner tertutup dan terbuka, setelah hasil wawancara akan diolah hasilnya.

Khusus analisis finansial adalah data proyeksi usaha, biaya, dan pendapatan selama umur usaha. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data kuantitatif dan informasi dari pelaku usaha dan dirangkum hasilnya dengan menggunakan *microsoft excel* dalam mempermudah dalam penyajian data dan menganalisis dalam bentuk tabulasi yang berguna untuk mengklasifikasi data. Untuk data yang diambil adalah bersifat kuantitatif dengan data keuangan dari biaya modal sampai dengan biaya hasil penjualan produk.

Untuk mengetahui kelayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Moma Libas Taqwa akan dilihat melalui beberapa kriteria kelayakan usaha. Analisis kelayakan diantaranya melalui finansial dianalisis dari *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Break Even Point* (BEP), *Benefit Cost Ratio* (BCR). Dari beberapa analisis kelayakan diatas dengan mengumpulkan data yang didapat dari Moma Libas Taqwa.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Moma Libas Taqwa merupakan usaha perseorangan yang bergerak pada pembuatan gamis muslimah. Usaha ini menjalankan usaha atau bisnisnya dengan menggunakan sistem pesan buat (*make to order*). Perusahaan ini didirikan pada tahun 2017 yang berlokasi di Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten. Gamis yang diproduksi di Moma libas taqwa merupakan gamis syar'i yang *fashionable*. Gamis ini terdiri dari kerudung, cadar, dan baju gamis. Moma libas taqwa membatasi segmen pasar yang hanya diperuntukan bagi wanita muslimah baik kalangan anak-anak, remaja dan dewasa. Pada tahun 2018, usaha ini menghasilkan 591 gamis.

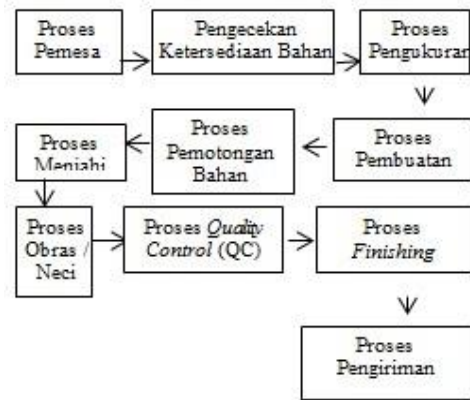
Moma Libas Taqwa didirikan bukan sekedar sebagai bisnis, namun mempunyai nilai dakwah islam yang disampaikan pada setiap konsumen Moma libas taqwa, hal ini terlihat pada produk yang diproduksi hanya busana syar'i yang tidak hanya menutup aurat. Pada pakaian Taqwa yaitu mempunyai arti bahwa menutup aurat, dan banyak desainernya memilih khusus desain-desain muslim supaya banyak diantara orang muslim khususnya wanita menutup auratnya.

A. Analisis Kelayakan Usaha Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkenaan dengan proses secara teknis dan pengoperasian usaha.

1. Proses Produksi

Dalam proses produksi sebuah gamis terdapat beberapa tahapan hingga tahap menggabungkan berbagai bagian yang ada menjadi sebuah gamis. Setelah itu juga masih terdapat proses *finishing*. Proses produksi gamis di Moma libas taqwa dapat dilihat pada Gambar 4.1. Proses Produksi berikut:

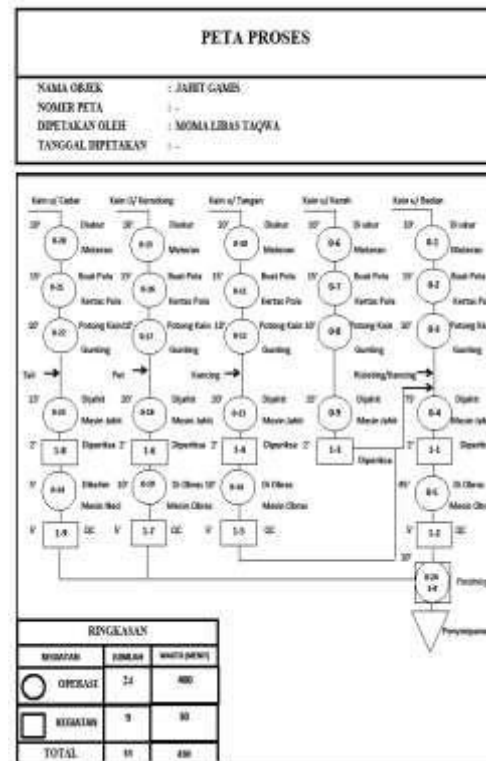


(Sumber: Moma Libas Taqwa, 2018)

Gambar 4.1 Proses Produksi

2. Peta Kerja

Peta Kerja dapat dilihat dari Peta proses operasi, diagram kerja, dan lay out usaha yang digunakan Moma Libas Taqwa dapat dilihat gambar 4.2, gambar 4.3 dan gambar 4.4 Peta Proses berikut:

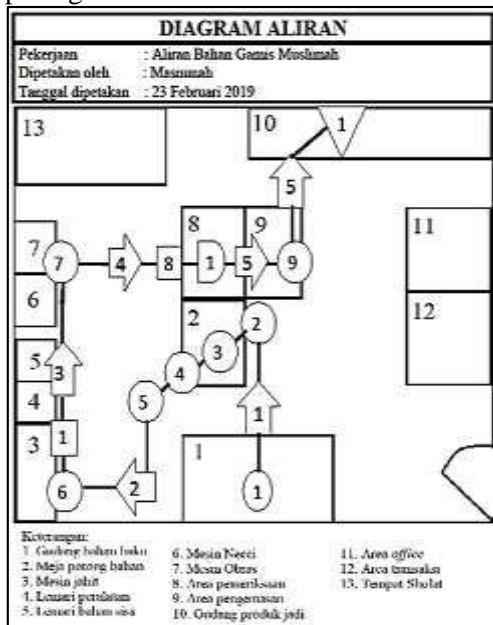


(Sumber: Moma Libas Taqwa, 2018)

Gambar 4.2 Peta Proses Moma Libas Taqwa

3. Peta Diagram Alir

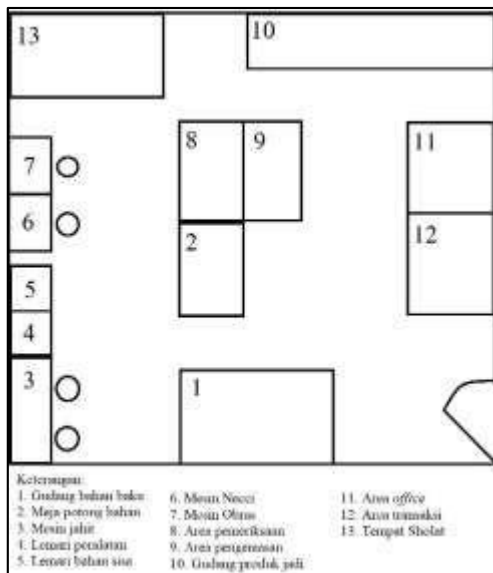
Untuk peta diagram alir dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut:



(Sumber: Moma Libas Taqwa, 2018) Gambar 4.3 Diagram Aliran Moma Libas Taqwa

4. Layout Moma Libas Taqwa

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar layout Moma Libas Taqwa Berikut ini:



(Sumber: Moma Libas Taqwa, 2018) Gambar 4.4 Layout Moma Libas Taqwa

B. Kapasitas Produksi

Hasil produksi yang dapat ditangani, diterima, disimpan, atau diproduksi oleh sebuah fasilitas dalam suatu priode waktu tertentu.

1. Kapasitas produksi /hari dengan 2 karyawan.
2. Waktu produksi satu gamis = 7 jam 15 menit.
3. Waktu kerja satu hari = 7 jam.
4. Pembuatan gamis satu hari = 2 karyawan x waktu kerja/waktu produksi adalah $= (2 \times 7) / 7.15 = 1,96$ set gamis
 Jadi dalam satu hari produksi gamis Moma libas taqwa rata-rata menghasilkan 1.96 set baju gamis dewasa.
5. Kapsitas produksi /tahun
 $\text{Produksi/bln} = \text{Produks/hari} \times \text{rata-rata hari produksi} = 1,96 \times 25 \times 12 = 588$ set gamis dewasa
 Jadi rata-rata dalam satu tahun produksi gamis Moma Libas Taqwa menghasilkan 588 set baju gamis dewasa.

C. Analisis kelayakan teknis

Usaha Mona Libas Taqwa dinyatakan layak secara teknis dengan catatan karena :

1. Mempunyai aliran proses produksi yang jelas
2. Mempunyai proses operasi, diagram kerja, dan *lay out* usaha yang memadai
3. Mempunyai kapasitas produksi 288 gamis, padahal tahun 2018 memproduksi 291 gamis, perlu menambah SDM untuk memenuhi permintaan pasar

D. Analisis Kelayakan Usaha Aspek Pemasaran

Pada aspek kelayakan usaha pemasaran dilakukan untuk memberikan penilaian terhadap penjualan produk yang telah dipasarkan dan memberikan dukungan dalam dukungan pengembangan usaha atau bisnis yang sudah direncanakan.

Untuk analisis kelayakan usaha dilihat dari aspek pemasaran mempunyai beberapa variabel berikut:

1. Segmentasi Pemasaran
Pasar Moma Libas Taqwa membagi konsumen berdasarkan geografi dan demografi. Untuk segmentasi berdasarkan geografi, konsumen dibagi menjadi konsumen yang berada di Kecamatan Taktakan, Kota Serang dan konsumen yang berada di luar Kecamatan Taktakan.
2. Targeting Pemasaran
Setelah menentukan segmentasi pasar, maka sasaran konsumen yang menjadi target utama penjualan busana muslim Moma Libas Taqwa yaitu wanita dan beragama Islam, baik anak-anak, remaja, atau pun dewasa serta secara geografi berada atau berdomisili di Kecamatan Taktakan, Kota Serang
3. Positioning Pemasaran
Saat ini Moma Libas Taqwa menempatkan posisi sebagai penyedia busana muslim yang unik dikarenakan produk yang dibuat dengan diferensiasi antar produknya sesuai dengan keinginan konsumen sehingga setiap konsumen dapat memiliki busana yang model, warna, dan ukuran sesuai yang konsumen inginkan.
4. Strategi Pemasaran
Strategi pemasaran yang dilakukan Moma Libas Taqwa dengan penetrasi pasar pada segmen pasar dari kalangan perempuan dan beragama Islam baik anak-anak, remaja, dan dewasa melalui media online dan *word of mouth*.
5. Analisis kelayakan Pemasaran
Usaha Moma Libas Taqwa dinyatakan layak secara pemasaran dengan catatan karena segmentasi pasar, sasaran konsumen, dan penempatan usaha di pasar telah dilakukan dengan baik dengan terarahnya pemasaran dan penjualan kepada kelompok konsumen utama.

E. Analisis Kelayakan Usaha Aspek Finansial

Analisa finansial juga dilakukan untuk mengetahui besarnya dana/modal pendirian usaha, dari mana sumber dana diperoleh. Kelayakan usaha dianalisis dengan melakukan metode perhitungan *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Benefit Cost Ratio* (BCR) dan *Break Even Point* (BEP).

1. Payback Period (PP)

Payback Period (PP) ditentukan dari kesesuaian jangka waktu yang diinginkan pemilik usaha yang umumnya 5 tahun. *Payback Period* Moma Libas Taqwa adalah sebagai berikut :

<i>Proceeds</i> (Nilai modal)	Rp 82,826,200
Tahun ke1	<u>Rp 11.555.010 -</u> Rp 71.271.190
Tahun ke2	<u>Rp 15.709.988 -</u> Rp 55.561.202
Tahun ke3	<u>Rp 20.219.186 -</u> Rp 35.342.016
Tahun ke4	<u>Rp 25.122.832-</u> Rp 10.219.185
PP = {4+(35.342.016/25.122.832) X 1}	
PP = 4 + 0.75	
PP = 4.75 Tahun	

2. Net Present Value (NPV)

NPV menyatakan bahwa suatu usaha dinyatakan layak jika NPV > 0. jika NPV = 0, berarti usaha tersebut tidak untung maupun rugi. Jika NPV < 0, maka usaha tersebut merugikan sehingga lebih baik tidak dilaksanakan. NPV Moma Libas Taqwa adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Perhitungan *Net Present Value*

Thn	DF (6 %)	<i>Proceeds</i> (Rp)	<i>PV of Proceeds</i> (Rp)
1	0.9940	11.555.010	11.486.093
2	0.9881	15.709.988	15.420.106

Tabel 4.1 Perhitungan *Net Present Value* (Lanjutan)

3	0.9822	20.219.186	19.837.853
4	0.9764	25.122.832	24.675.491
5	0.9705	30.428.167	29.917.010
Total PV dari <i>proceeds</i>		101.337.249	
Total PV dari <i>outlays</i>		82.826.200	
Net Present Value (NPV)		18.511.049	
Probability Index (PI)		1.22	

(Sumber: Moma Libas Taqwa, 2018)

3. *Break Even Point* (BEP)

Dalam menghitung BEP Rupiah adalah sebagai berikut :

$$BEP = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{Net\ Sales}}$$

Keterangan:

BEP = *Break Even Point*

TFC = *Total Fixed Cost*

TVC = *Total Variabel Cost*

BEP Moma Libas Taqwa adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Perhitungan BEP 1} &= \frac{12.932.000}{1 - \frac{124.944.990}{139.800.000}} \\ &= \frac{12.932.000}{1 - 0,89} \\ &= 117.563.636 \end{aligned}$$

Rumus BEP = FC / (P-VC)

Keterangan:

BEP : *Break Even Point*

FC : *Fixed Cost*

VC : *Variabel Cost*

P : *Price per unit*

Price per unit (P) thn 1=

$$\begin{aligned} \text{total penjualan / unit terjual} &= 139.800.000 / 591 \\ &= \text{Rp. 236.548.-} \end{aligned}$$

Variabel cost (VC) = Biaya variabel / unit penjualan

$$= 124.994.990 / 591$$

$$= \text{Rp. 211.413.-}$$

$$\begin{aligned} \text{Fixed cost (FC)} &= \text{Rp. 12,932,000.-} \\ \text{BEP Unit produk} &= \text{FC} / (\text{P}-\text{VC}) \\ &= 12,932,000 / (236,548 - 211,413) \\ &= 12,932,000 / 25,135 \\ &= 515 \end{aligned}$$

4. *Benefit Cost Ratio* (BCR)

Usaha dikatakan menguntungkan apabila nilai BCR > 1. Semakin besar nilai BCR semakin besar pula manfaat yang akan diperoleh dari usaha tersebut. BCR Moma Libas Taqwa adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Perhitungan *Present Value Benefit*

Thn	BENEFIT (Rp)	DF (6%)	PV BENEFIT (Rp)
1	139.800.000	0.9940	138,966,203
2	152.913.224	0.9881	151,094,649
3	167.784.259	0.9822	164,800,024
4	184.101.073	0.9764	179,748,137
5	202.004.873	0.9705	196,052,301
Total			830.661.313

Tabel 4.3
Perhitungan *Present Value Cost*

Thn	COST (Rp)	DF (4.5%)	PV COST (Rp)
1	137.876.990	0.9940	137,054,662
2	146.835.236	0.9881	145,191,296
3	157.197.073	0.9822	154,422,854
4	168.610.241	0.9764	164,476,903
5	181.208.706	0.9705	175,483,460
TOTAL			776.629.175

$$\begin{aligned} \text{BCR} &= \text{PV benefit} / \text{PV cost} \\ &= 830.661.313/776.629.175 \\ &= 1,07 \end{aligned}$$

5. Analisis kelayakan Finansial

Untuk analisa kelayakan finansial UMKM Usaha Mona Libas Taqwa dinyatakan layak secara finansial karena berdasarkan hasil perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai *Payback Period* adalah 4,75 masih kurang dari 5 tahun.
2. *Net Present Value* (NPV) menunjukkan bahwa nilai NPV > 0 maka usaha dikatakan layak hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang ditargetkan dapat tercapai.
3. Saat ini Penjualan rata-rata pertahun adalah 591 unit, sedangkan untuk mencapai titik impas Moma Libas Taqwa adalah 515. Maka dapat disimpulkan bahwa mampu melampaui titik impas atau BEP.
4. BCR menunjukkan bahwa nilai BCR > 0 yaitu 1.07 maka usaha dikatakan layak hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang ditargetkan dapat tercapai.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas menghasilkan kesimpulan adalah

1. Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) Moma Libas Taqwa berdasarkan analisis teknis, pada aspek pemasaran dan finansial adalah layak, namun dengan catatan untuk menambah Sumber Daya Manusia.
2. Hasil analisa kelayakan dari aspek finansial menunjukkan usaha layak dijalankan dengan kriteria kelayakan yang menghasilkan *Payback period* (PP) selama 56 bulan, nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 18.511.049, nilai *Benefit Cost Ratio* (BCR) 1,07 > 0, dan telah melampaui *Break Even Point* sebesar 515 pcs/tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). Manajemen pemasaran strategis. *Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.*
- Abduh, Thamrin, 2017, *Strategi Internasionalisasi UMKM*, CV SAH MEDIA, Makasar.
- Fathurohman, R., Bakar, A., & Fitria, L. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Burung Puyuh Di Daerah Pasir Kawung Cileunyi Kabupaten Bandung. *Reka Integra*, 2(3).
<https://kemenperin.go.id/>. 2016. Kemenperin Pacu Penumbuhan IKM Fesyen Muslim. Siaran Pers. <https://kemenperin.go.id/artikel/15553/Kemenperin-Pacu-Penumbuhan-IKM-Fesyen-Muslim>. Diakses 10 Oktober 2019.
- Jakfar, Kasmir, 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Kharisma Putra Utama, Jakarta
- Kanaidi, 2015, *Koperasi dan UMKM (tantangan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan)*, Divisi Buku Manajemen Bisnis & pemasaran Politeknik Pos Bandung, Bandung.
- Kembuan, P. C., Mananeke, L., & Soegoto, A. S. (2014). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Pitoko, Ridwan Aji. 2018. Ekspor Produk Busana Muslim Ditarget Naik 10 Persen Tahun Ini. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/23/053000626/ekspor-produk-busana-muslim-ditarget-naik-10-persen-tahun-ini>. Diakses 10 Oktober 2019.

Siregar, G. 2015. Analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha ternak sapi potong. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 17(3).

Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Penerbit : Andi Yogyakarta.

Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.