

## Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Handycraft Gantungan Kunci dan Totebag Lukis: Studi Kasus SAAJA Collection

Salsa Dilla Azzahra<sup>1</sup>, Widiaty Nur Khofifah<sup>2</sup>, Rahila Anggani<sup>3</sup>, Perwito<sup>4</sup>  
Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email Korespodensi: [salsadilla@umbandung.ac.id](mailto:salsadilla@umbandung.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

#### *Histori Artikel:*

Diterima 01/02/2025  
Disetujui 02/02/2025  
Diterbitkan 03/02/2025

#### *Katakunci:*

Studi Kelayakan Bisnis;  
UMKM;  
Gantungan Kunci;  
Totebag Lukis;  
Ekonomi Kreatif.

### ABSTRAK

Aktivitas anak jalanan yang seringkali mempertanyakan peran pihak-pihak berwenang dalam pemeliharannya menjadikan pengurus SAAJA dibawah senja tergugah untuk mengubah aktivitas anak-anak jalanan di wilayah Bandung. Studi ini bertujuan untuk mengukur kelayakan usaha produksi kerajinan tangan gantungan kunci dan totebag lukis serta mengubah aktivitas anak jalanan yang mendapatkan penghasilan dengan mengamen dan mengumpulkan barang bekas menjadi memproduksi dan menjual produk kerajinan tangan yang mereka buat sendiri. Studi kelayakan bisnis ini menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif serta teknik analisa melalui kajian 5 aspek studi kelayakan bisnis, yaitu Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Teknis dan Operasional, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia serta Aspek Ekonomi dan Sosial yang menunjukkan hasil bahwa usaha SAAJA Collection layak untuk dijalankan melalui hitungan perbandingan pendapatan memproduksi produk gantungan kunci dan totebag lukis lebih menguntungkan daripada mengamen dan mengumpulkan barang bekas dijalan. Selain mengubah aktivitas anak jalanan kepada yang lebih produktif, memproduksi produk kerajinan tangan juga dapat menjadi jalan anak jalanan untuk meningkatkan ekonomi dan taraf hidup mereka dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang fungsional.

---

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Azzahra, S. D. ., Nur Khofifah, W., Anggani, R. ., & Perwito, P. (2025). Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Handycraft Gantungan kunci dan Totebag Lukis: Studi Kasus SAAJA Collection. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 2(1), 19-36. <https://doi.org/10.62710/9m2qd746>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, yang berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan kesejahteraan. Salah satu jenis UMKM yang terus berkembang adalah bisnis aksesoris, yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga dapat memberikan dampak sosial yang besar. Seiring dengan meningkatnya kesadaran terhadap masalah sosial, banyak UMKM yang mulai mengintegrasikan misi sosial dalam operasional mereka, seperti membantu kelompok masyarakat yang terpinggirkan, termasuk anak jalanan.

Anak jalanan yang sering kali terjebak dalam aktivitas mengamen, menjadi simbol dari tantangan sosial yang memerlukan perhatian khusus. Sering kali, mereka kehilangan akses terhadap pendidikan yang layak dan terjebak dalam kemiskinan, yang menghambat peluang mereka untuk memiliki masa depan yang lebih baik. Dalam konteks ini, beberapa UMKM telah mengembangkan model bisnis yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi anak-anak jalanan. Melalui pelatihan keterampilan pembuatan aksesoris, mereka dapat menghasilkan produk-produk yang bernilai tinggi, sembari mengurangi ketergantungan mereka pada kegiatan mengamen.

“SAAJA Collection” merupakan brand atau output yang lahir dari komunitas “SAAJA DIBAWAH SENJA” (Sekolah Alternatif Anak Jalanan Dibawah Senja) di mana komunitas ini bermula terfokus hanya pada bidang pendidikan, kemudian SAAJA Collection ini mengeluarkan produk berupa gantungan kunci dan tote bag lukis yang memiliki daya tarik tersendiri karena memadukan seni dan fungsi praktis. Gantungan kunci tidak hanya digunakan sebagai aksesoris untuk mempercantik tampilan, tetapi juga sebagai media ekspresi atau souvenir khas dari setiap pembuatan. Sementara itu, tote bag lukis menawarkan alternatif ramah lingkungan dibandingkan kantong plastik sekaligus menjadi wadah bagi para anak-anak jalanan untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan menghasilkan pundi-pundi rupiah.

Selain menawarkan keunikan desain, produk-produk ini juga memiliki peluang pasar yang luas. Dalam era di mana konsumen semakin menghargai produk-produk handmade atau buatan tangan, gantungan kunci dan tote bag lukis menjadi pilihan favorit, baik untuk keperluan pribadi maupun sebagai hadiah. Dengan modal keterampilan seni, kreativitas, dan inovasi, SAAJA Collection di bidang ini dapat menciptakan produk-produk yang memiliki nilai estetika sekaligus nilai ekonomi tinggi.

Dalam pengembangannya, SAAJA Collection juga dapat memanfaatkan tren pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Melalui platform online seperti media sosial dan e-commerce, hasil dari produk SAAJA Collection ini dapat diperkenalkan ke pasar domestik maupun internasional, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan mengedepankan kualitas, keunikan, dan semangat kreativitas, UMKM di sektor ini berpeluang besar untuk terus berkembang, berkontribusi pada ekonomi kreatif.

Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM yang bergerak di bidang penjualan aksesoris dapat menjadi agen perubahan sosial dengan melibatkan anak jalanan dalam proses produksi. Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya memberikan kesempatan kerja dan keterampilan baru kepada anak jalanan, tetapi juga memberikan kontribusi pada upaya mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

## KAJIAN PUSTAKA

### Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis atau usaha merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal dalam waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru (Husein & Umar, 2007). Sedangkan Kashmir & Jakfar mengemukakan bahwa Studi kelayakan bisnis adalah Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan (Kashmir & Jakfar, 2015). Sehingga dapat disimpulkan dari pendapat diatas adalah studi kelayakan bisnis merupakan aktivitas atau proses penting untuk mengukur sebuah ide proyek, bisnis atau usaha layak atau tidak layak untuk dijalankan. Hal ini dilakukan agar dapat melihat segala potensi, memitigasi risiko, menghitung, mengukur dari berbagai aspek yang dikaji.

### Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Kasmir & Jakfar (2015) mengemukakan bahwa terdapat beberapa aspek-aspek yang bisa dianalisis dalam mengukur kelayakan suatu ise, bisnis atau usaha, diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek ekonomi dan sosial. Adapun aspek yang dianalisis pada penelitian kali ini sebanyak 5 aspek, diantaranya:

#### *Aspek pasar dan Pemasaran*

Pasar dalam pengertian aslinya adalah suatu tempat fisik di mana penjual dan pembeli berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. Sedangkan pengertian pasar bagi seorang pemasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari suatu produk. (Kotler & Amstrong, 2016). Sehingga pasar merupakan individu atau kelompok yang terdiri dari pembeli atau penjual dengan nyata maupun yang masih potensial. Analisis aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk memahami berapa besar potensi pasar yang tersedia, berapa bagian yang dapat diraih oleh perusahaan atau usaha yang diusulkan, serta strategi pemasaran yang direncanakan untuk memperebutkan konsumen. (Husnan, Muhamad, 2000).

Konsep STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) adalah sebuah strategi pemasaran yang melibatkan tiga langkah penting, yaitu (Kotler & Amstrong, 2016):

1. Segmenting

Segementasi pasar sebagai proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pelanggan yang berbagi kebutuhan, karakteristik, atau perilaku serupa yang mungkin memerlukan produk dan bauran pemasaran yang berbeda. Contohnya, geografis, demografis, dan psikografis. Hal ini dapat memudahkan perusahaan lebih fokus merancang strategi untuk pemasaran sesuai dengan segmen.

2. Targeting

Targeting merupakan langkah pemilihan satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki oleh perusahaan yang mencakup analisis daya tarik masing-masing segmen atau konsumen, seperti ukuran, profitabilitas, atau kesesuaian dengan tujuan perusahaan serta kemampuan perusahaan untuk melayani untuk dapat menentukan strategi peamasaran yang tepat.

3. Positioning

Positioning merupakan tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar apat tercipta kesan tertentu di ingatan konsumen. Hal ini mencakup juga penentuan *brand image* atau *image* dan nilai seperti apa yang ingin konsumen lihat dari kosnumen yang sudah ditargetkan.

American Marketing Association (AMA) mengemukakan bahwa pemasaran adalah aktivitas seprerangkat institusi dalam menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas. Sedangkan pemasaran yang diungkapkan oleh Kotler & Keller adalah pemasaran merupakan aktivitas pengelolaan keuntungan yang melibatkan hubungan pelanggan (Kotler & Amstrong, 2016). Sehingga disimpulkan bahwa pemasaran adalah aktivitas menciptakan produk, mengomunikasikan produk, menyampaikan produk dan mempertukarkan produk yang bernilai memenuhi kebutuhan bagi pelanggan dan meningkatkan keuntungan bagi pemasar.

Untuk menentukan pemasaran yang efektif, tepat, dan sesuai sasaran. Konsep bauran pemasaran (Marketing Mix) 4P menjadi elemen penting untuk dianalisa terlebih dahulu yang mencakup Product, Price, Place, Promotion (Kotler & Amstrong, 2016).

1. Product

Elemen ini mencakup aspek produk yang akan ditawarkan, variasi, kualitas, desain, fitur, maerek, pengemasan, ukuran, layanan, garansi, dan pengembalian.

2. Price

*Price* mencakup harga, diskon, tunjangan, garansi, periode pembayaran, syarat kredit, metode pembayaran yang akan disediakan oleh perusahaan bagi konsumen.

3. Place

*Place* merupakan elemen untuk menentukan dimana tempat ini akan didistribusikan, lokasi, inventaris dan transportasi. Hal ini juga akan mengantisipasi risiko-risiko berbisnis.

4. Promotion

Promosi in elemen yang imencakup metode pemasaran, seperti penjualan, periklanan, tenaga penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Hal ini juga dilakukan untuk dapat meningkatkan *awarenes* dari pelanggan potensial.

### ***Aspek Teknis dan Operasional***

Aspek teknis atau operasional juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, tata letak (lay-out), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi.

Aspek teknis merupakan aspek yang menilai suatu usaha dikatakan layak dilihat dari teknis operasional secara rutin dan teknologi yang akan digunakan sehingga dalam saat operasional tidak terjadi kesalahan fatal yang akan membuat biaya produksi semakin tinggi dan faktorfaktor lainnya yang akan membuat kerugian bagi perusahaan di masa yang akan datang (Dharmawan et al., 2018).

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian untuk kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal- hal yang berkaitandengan teknis/ operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibatfatal bagi perusahaan dalam perjalannya di kemudian hari. Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. (Sunarji Harahap, 2018).

### ***Aspek Keuangan***

Analisis finansial adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir dan Jakfar, 2012:89).Aspek finansial sebenarnya hanya merupakan akibat dari aspek pasar dan teknis, karena dari kedua aspek tersebut aspek keuangan cukup menjabarkan dalam bentuk aliran

kas yang diharapkan akan diterima (Jumingan 2011:348). Adapun kriteria yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah sebagai berikut.

**1. Net Present Value (NPV)**

*Net Present Value (NPV)* adalah selisih antara Present Value dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Freddy Rangkuti, 2012:166).

**2. Payback Period (PP)**

*Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain Payback Period merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow* nya yang hasilnya merupakan satuan waktu (husein umar, 2009:197).

**3. Internal Rate of Return (IRR)**

*Internal Rate of Return (IRR)*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa datang, atau penerimaan kas, dengan pengeluaran investasi awal (husein umar, 2009:198). Internal Rate of Return (IRR), merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern (Kasmir dan Jakfar 2012:105).

**4. Probability Index (PI)**

*Profibility index (PI)* atau *Benefit and Cost Ratio (B/C ratio)* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi (Kasmir dan Jakfar 2012:108).

***Aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia***

Analisis terhadap aspek manajemen dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kemampuan staf dalam melaksanakan usaha yang dijalankan. Analisis ini mengkaji struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang direncanakan, sehingga diketahui mengenai jumlah kebutuhan, kualifikasi dan deskripsi tugas individu untuk mengelola proyek (Kadariah, 1999). Selain itu menurut (Ibrahim, 2009) analisis terhadap aspek manajemen dilakukan untuk memperoleh sebaran mengenai kemampuan pegawai dalam melaksanakan usaha yang dijalankan. Pada umumnya tujuan yang tercantum dalam studi kelayakan adalah tujuan makro yang masih perlu untuk dijabarkan dalam bentuk mikro sehingga jelas apa yang akan dikerjakan. Berdasarkan pada uraian ini, tugas pokok yang harus dilakukan adalah menyangkut dengan fungsi manajemen antara lain perencanaan, pengorganisasian, pengadaan tenaga kerja, pengarahan pekerjaan, dan pelaksanaan pengawasan.

***Aspek Ekonomi dan Sosial***

Analisis sosial dilakukan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari adanya proyek bisnis yang hendak didirikan, apakah dengan keberadaan proyek memberikan dampak pada suatu wilayah menjadi semakin ramai, lalu lintas semakin lancar, adanya jalur komunikasi, penerangan listrik, pendidikan masyarakat setempat, dan lainnya. Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun demikian, perusahaan tidak dapat bergerak sendiri tanpa dukungan pihak lain dalam lingkungannya sehingga dalam interaksi dan perkembangan suatu usaha dipastikan harus memiliki tanggung jawab sosial. Tujuan dilakukannya analisis bisnis, (Gray, 2007) adalah:

- 1) Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang dapat dicapai melalui investasi dalam suatu proyek;
- 2) Menghindari pemborosan sumber-sumber daya, yaitu menghindari pelaksanaan kegiatan yang tidak menguntungkan;
- 3) Mengadakan penilaian terhadap peluang investasi yang ada sehingga dapat memilih alternatif kegiatan yang paling menguntungkan;

- 4) Menentukan prioritas investasi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), investasi didefinisikan sebagai pengorbanan atau penanaman sejumlah dana pada masa sekarang untuk suatu usaha pada saat sekarang dan mengharapkan pengembalian dengan disertai keuntungan pada masa yang akan datang

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode dengan proses penelitian berdasarkan persepsi pada suatu fenomena dengan pendekatan datanya menghasilkan analisis deskriptif berupa kalimat secara lisan dari objek penelitian yang didukung oleh data yang diperoleh dari proses wawancara langsung objek penelitian. Sifat metode penelitian deskriptif adalah sifat penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan data akurat yang diteliti secara sistematis (Sahir, 2021).

### **Teknik Analisa Data**

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis, diantaranya:

1. Aspek pasar dan pemasaran
2. Aspek keuangan
3. Aspek teknis dan operasional
4. Aspek sumber daya manusia
5. Aspek ekonomi dan sosial

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1) Sejarah Usaha**

Sebelum ide SAAJA Collection dioperasikan menjadi aktivitas yang dapat dimonetisasi, SAAJA dibawah senja (Sekolah Alternatif Anak Jalanan) ini hanya berfokus pada pemberian pendidikan alternatif kepada anak jalanan yang pekerjaan sehari-hari mereka adalah mengamen di lampu merah. Seiring berjalannya waktu, sejak 2023 Saaja terus berdedikasi untuk memenuhi hak asasi anak-anak jalanan untuk setidaknya dapat mengakses ilmu pengetahuan.

Dalam perjalanannya, terdapat banyak sekali faktor eksternal maupun internal yang dirasakan oleh anak-anak dan para penggerak SAAJA. Salah satunya adalah waktu belajar yang sulit menemukan kesesuaian dengan aktivitas anak-anak yang bermata pencaharian mengamen maupun memunguti botol plastik bekas, sehingga para penggerak SAAJA berupaya untuk memberdayakan anak-anak jalanan dapat bermain, belajar, memproduksi dan monetisasi. Dengan produk souvenir gantungan kunci dan totebag lukis, hasil karya anak-anak dikenalkan melalui berbagai platform agar dapat menjadi sumber pencaharian mereka.

### **2) Profil Usaha**

- a. Nama Usaha : SAAJA Collection
- b. Jenis Usaha : UMKM - Souvenir

- c. Tahun berdiri : November, 2024
- d. Lokasi Usaha : Kiaracandong, Bandung
- e. Nomor Telepon : 088223317505
- f. Sosial media : Saajafillah (Instagram)
- g. E-commerce : Saaja Collection (Tokopedia & Shopee)
- h. Pendiri : Salsa Dilla Azzahra

### 3) Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk melihat potensi usaha, maka aspek pasar dan pemasaran menjadi langkah awal yang perlu diperhatikan. Pasar yang disegmentasikan kepada masyarakat dengan kalangan tertentu yang menyukai produk-produk aksesoris *handcraft* sebagai penggunaan pribadi atau souvenir. Berikut adalah metode STP menjadi poin yang penting untuk di analisa.

#### **Segmenting**

Segmentasi geografi dari produk yang di produksi oleh SAAJA Collection menargetkan pada konsumen yang berlokasi di daerah Bandung dan sekitarnya. Sedangkan untuk konsumen yang dijangkau dari platform e-commerce adalah pelanggan potensial yang berlokasi di seluruh Indonesia.

Segmentasi demografi yang difokuskan oleh SAAJA Collection adalah unsur jenis kelamin dan usia. Jenis kelamin yang menjadi pelanggan potensial untuk produk yang diproduksi SAAJA Collection adalah perempuan, karena aksesoris merupakan hal yang identik bagi perempuan. Produk-produk SAAJA Collection berada pada rentang usia remaja hingga usia dewasa yang menyukai aksesoris *handcraft* dan sudah mulai membutuhkan pada penggunaan totebag untuk sehari-hari.

Segmentasi psikografi produk-produk SAAJA Collection berfokus pada konsumen potensial yang memiliki ketertarikan pada aksesoris *handcraft* yang biasa digunakan sehari-hari. Dalam hal ini, seorang yang memiliki loyalitas tinggi terhadap produk-produk kerajinan tangan yang dibuat oleh anak-anak yang membutuhkan dukungan untuk mengalihkan aktivitas pencahariannya pada kerajinan tangan.

#### **Targeting**

Pada segmentasi targeting, SAAJA Collection menentukan target pasarnya dengan berdasarkan segmentasi yang sudah ditentukan sebelumnya, yaitu konsumen yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya serta konsumen yang tinggal di berbagai daerah di Indonesia dengan estimasi pesanan yang dilakukan oleh pelanggan tersebut adalah online platform e-commerce. Selain itu, konsumen SAAJA Collection juga ditargetkan pada rentang usia remaja hingga dewasa perempuan, seperti anak SMA/Sederajat, mahasiswa dan atau orang yang sudah memiliki pekerjaan dengan loyalitas tinggi terhadap produk-produk aksesoris kerajinan tangan yang dibuat oleh anak-anak Saaja dengan kuantitas produksi yang masih terbatas.

#### **Positioning**

Proses positioning pada SAAJA Collection adalah sebagai usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit bagi pendiri, tetapi merupakan bagian daripada upaya pendiri agar dapat mengalihkan pencaharian anak-anak SAAJA, yang bermula pencahariannya dari mengumpulkan botol-botol bekas dan mengamen dijalanan, menjadi kegiatan produktif, yaitu membuat kerajinan tangan yang dapat menghasilkan penghasilan lebih dari sekedar mengamen dan mengumpulkan barang bekas dijalan. Selain itu, bagi pelanggan yang membeli produk saja sama dengan sudah berkontribusi dalam mendorong upaya owner dapat tercapai dengan efektif.

Setelah variabel STP sudah ditentukan, maka untuk memmaksimalkan sasaran pasar yang sudah ditargetkan, maka konsep 4P (product, price, place, promotion) menjadi upaya strategi untuk tujuan SAAJA Collection dapat tercapai secara efisien. Berikut adalah analisa marketing mix 4P dari SAAJA Collection:

**Product**

SAAJA collection memproduksi 2 produk kerajinan tangan yang diproduksi oleh anak-anak SAAJA, yaitu diantaranya gantungan kunci (*keychain*) dan totebag lukis yang dapat dilihat pada gambar 1 dan 2.



**Gambar 1.** Portofolio Gantungan Kunci (Keychain)

Gantungan kunci yang diproduksi oleh SAAJA Collection memiliki nilai ektetika yang unik dengan berbagai macam motif berbentuk, seperti semangka, bunga dan lain-lain. Berbahan kawat beludru yang dibentuk berbagai macam karakter oleh anak-anak jalanan dari komunitas SAAJA dibawah senja.

**Gambar 2.** Portofolio Totebag Lukis



Totebag lukis yangdiproduksi oleh SAAJA Collection memiliki beberapa varian gambar yang berbeda, dapat dipesan secara custom gambar atau totebag polos yang bisa dilukis sendiri oleh pelanggan. Berbahan dasar kain blacu dan kanvas yang berkualitas dan nyaman dipakai untuk beraktivitas sehari-hari. Berikut adalah daftar produk yang dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Tabel Daftar Produk

Jenis Produk	Nama Produk
Gantungan Kunci (Kecychain)	Gantungan kunci tanpa manik-manik
	Gantungan kunci dengan manik-manik
	Gantungan kunci custom
Totebag	Totebag blacu

	Totebag canvas
--	----------------

### Price

Harga menjadi elemen penting yang harus diperhitungkan dengan bijak, hal ini dapat menentukan untung atau rugi dari apa yang sudah diproduksi oleh SAAJA Collection. Dari berbagai macam produk yang diproduksi oleh anak-anak SAAJA dibawah senja, berikut adalah daftar harga per pcs dari produk gantungan kunci (keychain) dan totebag yang dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Daftar Produk & Harga

Jenis Produk	Nama Produk	Harga
Gantungan Kunci (Kecychain)	Gantungan kunci tanpa manik-manik	Rp. 10.000
	Gantungan kunci dengan manik-manik	Rp. 15.000
	Gantungan kunci custom	Rp. 20.000
Totebag	Totebag blancu	Rp. 25.000
	Totebag canvas	Rp. 35.000

### Promotion

Upaya memperkenalkan produk dari suatu perusahaan merupakan hal yang niscaya harus dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Hal ini dilakukan agar penjualan dapat dicapai dengan efektif dan sesuai dengan sasaran. SAAJA Collection memaksimalkan segala platform mainstream yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, diantaranya *direct selling* atau promosi yang dilakukan secara langsung kepada lingkungan sekitar, sosial media instagram, Tiktok, Facebook, Whatsapp, e-commerce Tokopedia dan Shopee. Hal ini dilakukan sebagai bentuk usaha SAAJA Collection menjangkau seluruh pelanggan potensial yang ada diberbagai platform yang berbeda

**Place**

Lokasi produksi dari produk SAAJA Collection ini berada di dekat pusat kota Bandung yang tepatnya di gedung dakwah Muhammadiyah Kiaracondong, Bandung. Lokasi ini cukup berpotensi, karena dekat dengan wilayah yang ramai akan aktivitas kemuhammadiyah. Namun, dikarenakan aktivitas kemuhammadiyah bukan aktivitas harian, maka perlu pemasaran yang dilakukan tidak hanya di wilayah tempat produksi saja.

**4) Aspek Keuangan**

**a. Invenstasi**

Berikut adalah tabel perhitungan total *Initial Investment* atau modal awal dalam memproduksi Gantungan Kunci dan Totebag Lukis. Dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3.** Tabel Initial Investment Pada Produksi Ganci dan Totebag Lukis

Modal awal	Jumlah produk yang diproduksi	Total modal
Gantungan kunci (Keychain)	70	Rp. 326.000
Tote bag lukis	35	Rp. 710.000
	Total Modal Awal	Rp. 1.036.000

**b. Pengeluaran Produksi**

Berikut adalah perhitungan pengeluaran produksi gantungan kunci dengan manik-manik yang dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** Biaya Produksi Ganci dengan Manik

Pengeluaran		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni	
HPP Ganci	Manik	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah
BBB	Rp 2.500	50	Rp125.000	40	Rp100.000	25	Rp 62.500	20	Rp 50.000	25	Rp 62.500	30	Rp 75.000
BTK	Rp 5.000	50	Rp250.000	40	Rp200.000	25	Rp125.000	20	Rp100.000	25	Rp125.000	30	Rp 150.000
BOP	Rp 1.000	50	Rp 50.000	40	Rp 40.000	25	Rp 25.000	20	Rp 20.000	25	Rp 25.000	30	Rp 30.000
			Rp425.000		Rp340.000		Rp212.500		Rp170.000		Rp212.500		Rp 255.000
<b>TOTAL</b>													Rp1.615.000

Berikut adalah perhitungan pengeluaran biaya produksi gantungan kunci tanpa manik-manik yang dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5.** Biaya Produksi Ganci Tanpa Manik-manik

Pengeluaran		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni	
HPP Ganci	Tanpa Manik	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah
BBB	Rp 7.000,00	30	Rp210.000	35	Rp245.000	30	Rp210.000	45	Rp315.000	20	Rp140.000	30	Rp 210.000
BTK	Rp 5.000,00	30	Rp150.000	35	Rp175.000	30	Rp150.000	45	Rp225.000	20	Rp100.000	30	Rp 150.000
BOP	Rp 2.500,00	30	Rp 75.000	35	Rp 87.500	30	Rp 75.000	45	Rp112.500	20	Rp 50.000	30	Rp 75.000
			Rp435.000		Rp507.500		Rp435.000		Rp652.500		Rp290.000		Rp 435.000
<b>TOTAL</b>													Rp2.755.000

Berikut adalah perhitungan pengeluaran biaya produksi gantungan kunci custom yang dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6.** Biaya Produksi Ganci Custom

Pengeluaran		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni	
HPP Ganci	Custom	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah
BBB	Rp 16.500	15	Rp247.500	20	Rp330.000	25	Rp412.500	15	Rp247.500	15	Rp247.500	30	Rp 495.000
BTK	Rp -	15	Rp -	20	Rp -	25	Rp -	15	Rp -	15	Rp -	30	Rp -
BOP	Rp 3.500	15	Rp 52.500	20	Rp 70.000	25	Rp 87.500	15	Rp 52.500	15	Rp 52.500	30	Rp 105.000
		15	Rp -	20	Rp -	25	Rp -	15	Rp -	15	Rp -	30	Rp -
			Rp300.000		Rp400.000		Rp500.000		Rp300.000		Rp300.000		Rp 600.000
<b>TOTAL</b>													Rp2.400.000

Berikut adalah perhitungan pengeluaran biaya produksi totebag lukis berbahan dasar blancu yang dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 7.** Biaya Produksi Totebag Lukis Blancu

Pengeluaran		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni	
HPP TB	Blancu	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah
BBB	Rp 11.000	25	Rp275.000	30	Rp330.000	15	Rp165.000	20	Rp220.000	25	Rp275.000	30	Rp 330.000
BTK	Rp 6.000	25	Rp150.000	30	Rp180.000	15	Rp 90.000	20	Rp120.000	25	Rp150.000	30	Rp 180.000
BOP	Rp 2.000	25	Rp 50.000	30	Rp 60.000	15	Rp 30.000	20	Rp 40.000	25	Rp 50.000	30	Rp 60.000
			Rp475.000		Rp570.000		Rp285.000		Rp380.000		Rp475.000		Rp 570.000
<b>TOTAL</b>													Rp2.755.000

Berikut adalah perhitungan pengeluaran biaya produksi totebag lukis berbahan dasar kanvas yang dapat dilihat pada tabel 8.

**Tabel 8.** Biaya Produksi Totebag Lukis Kanvas

Pengeluaran		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni	
HPP TB	Kanvas	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah	Q	Jumlah
BBB	Rp 15.000	10	Rp150.000	15	Rp225.000	20	Rp300.000	18	Rp270.000	20	Rp300.000	25	Rp 375.000
BTK	Rp 7.000	10	Rp 70.000	15	Rp105.000	20	Rp140.000	18	Rp126.000	20	Rp140.000	25	Rp 175.000
BOP	Rp 3.000	10	Rp 30.000	15	Rp 45.000	20	Rp 60.000	18	Rp 54.000	20	Rp 60.000	25	Rp 75.000
			Rp250.000		Rp375.000		Rp500.000		Rp450.000		Rp500.000		Rp 625.000
<b>TOTAL</b>													Rp2.700.000

Berikut adalah perhitungan total secara keseluruhan biaya produksi gantungan kunci dan totebag yang dibuat oleh SAAJA Collection. Dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 9** Total Biaya Produksi Gantungan Kunci dan Totebag

Jenis Beban	Harga	Total Beban
Gantungan manik	Rp 1.615.000,00	Rp 12.225.000,00
Gantungan tanpa manik	Rp 2.755.000,00	
Gantungan Costum	Rp 2.400.000,00	
Tote bage blancu	Rp 2.755.000,00	
Tote bag Kanvas	Rp 2.700.000,00	

**c. Proyeksi Keuntungan Perbulan**

Berikut adalah tabel yang menunjukkan proyeksi keuntungan perbulan pada produk gantungan kunci yang diproduksi oleh SAAJA Collection. Dapat dilihat pada tabel 10.

**Tabel 10.** Proyeksi Keuntungan Gantungan Kunci

Nama barang	Januari			Februari			Maret			April			Mei			Juni		
	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Haga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah
Gantunga kunci dengan manik	50	Rp 15.000	Rp 750.000	40	Rp 15.000	Rp 600.000	25	Rp 15.000	Rp 375.000	20	Rp 15.000	Rp 300.000	25	Rp 15.000	Rp 375.000	30	Rp 15.000	Rp 450.000
Gantunga kunci tanpa manik	30	Rp 10.000	Rp 300.000	35	Rp 10.000	Rp 350.000	30	Rp 10.000	Rp 300.000	45	Rp 10.000	Rp 450.000	20	Rp 10.000	Rp 200.000	30	Rp 10.000	Rp 300.000
Gantungan kinci costum	15	Rp 20.000	Rp 300.000	20	Rp 20.000	Rp 400.000	25	Rp 20.000	Rp 500.000	15	Rp 20.000	Rp 300.000	15	Rp 20.000	Rp 300.000	30	Rp 20.000	Rp 600.000
Total			Rp 1.350.000			Rp 1.350.000			Rp 1.175.000			Rp 1.050.000			Rp 875.000			Rp 1.350.000
<b>TOTAL</b>																		
																		Rp 7.150.000

Berikut adalah tabel yang menunjukkan prproyeksi keuntungan perbulan pada produk totebag lukis yang diproduksi SAAJA Collection. Dapat dilihat pada tabel 11.

**Tabel 11.** Tabel Proyeksi Keuntungan Totebag

Nama barang	Januari			Februari			Maret			April			Mei			Juni		
	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Haga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah	Q	Harga	Jumlah
Totebag Kanvas	10	Rp 35.000	Rp 350.000	15	Rp 35.000	Rp 525.000	20	Rp 35.000	Rp 700.000	18	Rp 35.000	Rp 630.000	20	Rp 35.000	Rp 700.000	25	Rp 35.000	Rp 875.000
Totebag Blancu	25	Rp 25.000	Rp 625.000	30	Rp 25.000	Rp 750.000	15	Rp 25.000	Rp 375.000	20	Rp 25.000	Rp 500.000	25	Rp 25.000	Rp 625.000	30	Rp 25.000	Rp 750.000
Total			Rp 975.000			Rp 1.275.000			Rp 1.075.000			Rp 1.130.000			Rp 1.325.000			Rp 1.625.000
<b>TOTAL</b>																		
																		Rp 7.405.000

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan total proyeksi keuntungan dari kedua produk yang diproduksi SAAJA Collection termasuk Gantungan kunci dan Totebag Lukis apat ddlihat pada tabel 12.

**Tabel 12.** Total Proyeksi Keuntungan Gantungan Kunci dan Totebag Lukis

Jenis Pendapatan	Harga	Total Pendapatan
Gantungan Kunci	Rp 7.150.000	Rp 14.555.000,00
Tote bag	Rp 7.405.000	

**d. Profitability Index (PI)**

Laba bersih (Keuntungan Bersih)

$$\begin{aligned} \text{Laba bersih} &= \text{Laba kotor} - \text{Total Beban} \\ &= 14.555.000 - 12.025.000 \\ &= 2.530.000 \end{aligned}$$

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} &= 2.530.000 : 1.036.000 \times 100\% \\ &= 2,4420849421 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas, didapat PI sebesar 2,4420849421. Nilai  $2,4420849421 > 1$  dengan kata lain setiap nilai. 1, biaya produksi yang dikeluarkan akan mampu memberikan manfaat masing-masing sebesar 2,4420849421 yang artinya pendapatan dari usaha SAAJA Collection ini lebih besar daripada biaya yang di keluarkan.

Nilai Probabilitas Index  $> 1$  menunjukkan bahwa usaha SAAJA Collection layak untuk dijalankan dan di kembangkan. Kondisi ini mengambarkan bahwa proporsi penambahan biaya produksi usaha ini akan diikuti oleh penambahan keuntungan yang signifikan.

Maka dapat disimpulkan, bahwa membuat kerajinan tangan gantungan kunci dengan totebag lukis jauh lebih menguntungkan dibanding mengamen dan mengumpulkan barang bekas dijalankan.

**e. Perbandingan benefit mengamen dan membuat kerajinan tangan**

Berikut disajikan tabel perbandingan bagi anak-anak SAAJA dalam mencari penghasilan yang menunjukkan hasil bahwa pendapatan memproduksi kerajinan jauh lebih menguntungkan daripada mengamen dan mengumpulkan barang bekas dijalankan.

**Tabel 13** Tabel Perbandingan Pendapatan Anak Dijalanan dengan Produksi Kerajinan Tangan

Di jalanan	Bulan/hari	Jumlah	Kerajinan	Bulan/hari pertemuan	Jumlah
Rp 25.000	30	Rp 750.000	Rp 250.000	4	Rp 1.000.000
			Rp 150.000	4	Rp 600.000
			Rp 150.000	4	Rp 600.000
			Rp 70.000	4	Rp 280.000
			Rp 25.000	4	Rp 100.000
<b>TOTAL</b>		Rp 750.000	<b>TOTAL</b>		Rp 2.580.000

**5) Aspek Teknis dan Operasional**

**Teknis Usaha**

Dalam teknis usaha UMKM SAAJA Collection yang bergerak di bidang penjualan aksesoris dan melibatkan anak jalanan dalam proses produksi ini memiliki beberapa langkah dan pendekatan yang harus dikelola dengan baik untuk memastikan keberlanjutan usaha sekaligus memberikan dampak sosial yang signifikan.

Salah satu aspek terpenting adalah memberikan pelatihan keterampilan kepada anak jalanan yang terlibat dalam produksi aksesoris dan tas totebag ini. Pelatihan ini dapat mencakup teknik dasar pembuatan aksesoris seperti merangkai manik-manik, membuat gantungan kunci, dan melukis diatas totebag kanvas. Pelatihan harus diberikan dengan pendekatan yang mudah dipahami dan diikuti, serta melibatkan proses yang praktis agar anak jalanan dapat segera mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam proses produksi.

Selain keterampilan teknis, pelatihan juga harus mencakup pembekalan tentang kewirausahaan, pengelolaan keuangan, serta etika kerja, agar mereka tidak hanya menjadi pengrajin, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengelola usaha mereka sendiri di masa depan.

### Aspek Operasional

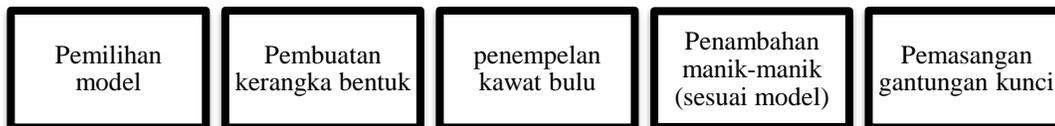
Aspek operasional dalam studi kelayakan bisnis tas totebag lukis dan gantungan kunci mencakup beberapa elemen penting yang harus dianalisis untuk memastikan kelancaran dan efisiensi operasional usaha.

#### a. Lokasi Usaha

SAAJA collection bertempat di gedung Dakwah Muhammadiyah Bandung di Kiaracondong. Pada awalnya produksi di lakukan di jalanan, lalu beralih ke sebuah kontrakan, lalu beralih lagi ke gedung hibah atau gedung pemberian sebelum akhirnya menetap di tempat yang sekarang.

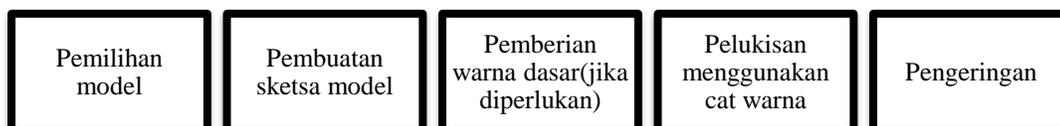
#### b. Proses produksi

Proses produksi gantungan kunci murni dibuat oleh anak-anak jalanan yang dibimbing oleh Salsa selaku pendiri Saaja collection. Produksi dilakukan satu kali dalam seminggu yaitu pada sabtu malam. Total pembuatan gantungan kunci dalam 1 hari bisa membuat 8-10 gantungan kunci, produksi masih terbatas karena anak-anak masih perlu dibimbing untuk membuat gantungan kunci dan totebag lukis. Karena anak-anak masih belum terlalu paham bagaimana cara membuatnya, bagaimana modelnya, cara memasangnya, dan cara pelukisan pada totebagnya. Selain itu anak-anak juga belum terbiasa dalam membuat sesuatu dan memproduksi barang untuk dijual, karena mengubah kebiasaan mereka yang sehari-harinya mengamen. Selain terbatasnya skill proses produksi juga terbatas oleh waktu, karena dalam satu hari itu terpotong oleh solat berjamaah, bermain, dan makan bersama. Jadi proses produksi hanya berlangsung selama 1-2 jam.



Gambar 3. Alur Proses Produksi Gantungan Kunci (Keychain)

Hal pertama yang dilakukan dalam proses pembuatan gantungan kunci yaitu, penentuan model gantungan kunci apakah berbentuk makanan, buah-buahan, hewan, atau bentuk-bentuk lainnya, kemudian siapkan beberapa bahan-bahan yang diperlukan dalam proses pembuatan, seperti kawat bulu, lem tembak, manik-manik, gantungan, dan benang. Setelah alat-alat yang diperlukan siap, maka ambil beberapa helai kawat bulu kemudian dibentuk kerangka sesuai model yang telah dipilih, setelah pembentukan kerangka model selesai maka rekatkan menggunakan lem tembak dengan tambahan kawat bulu beberapa helai, setelah itu beri manik manik-manik hiasan dan letakan sesuai dengan model yang telah dipilih seperti model taburan meses atau manik-manik yang menjuntai ke bawah sesuai model, setelah pemasangan manik-manik selesai ditempel kemudian pasang gantungan agar gantungan kunci lebih terlihat menarik dan dapat di pasang di tas atau di manapun yang disukai. Setelah selesai pemasangan gantungan, gantungan kunci berbentuk siap dikemas dan dikirimkan ke pada konsumen.



Gambar 4. Alur Proses Produksi Totebag Lukis

Hal pertama yang dilakukan dalam proses pembuatan tote bag lukis yaitu memilih model gambar seperti apa yang akan dilukis ke di atas tote bag. Setelah proses pemilihan model gambar selesai dan dirasa

menarik maka sediakan alat-alat yang dibutuhkan untuk melukis di atas totebag, seperti tote bag polos, cat lukis, kuas, panograf, pensil hb, nampan cat, papandada. Setelah alat-alat yang diperlukan siap maka langkah selanjutnya adalah membuat sketsa menggunakan pantograf dan pensil kemudian disesuaikan dengan model gambar yang tadi telah dipilih, setelah pembuatan sketsa selesai langkah selanjutnya memberi warna dasar jika diperlukan, kemudian memberikan warna terhadap sketsa yang tadi telah di gambar menggunakan pantograf dan pensil. Setelah sketsa diwarnai tunggu 5 menit hingga cat mengering. Setelah mengering tote bag lukis siap di kemas dan dikirimkan kepada konsumen

### **c. Material dan peralatan**

Bahan yang diperlukan untuk membuat gantungan kunci dari kawat bulu adalah kawat bulu itu sendiri yang dipergunakan sebagai bahan utama pembuatan gantungan kunci, kami memilih kawat bulu dengan ketebalan yang cukup agar dapat dibentuk dengan mudah tetapi cukup kuat untuk menggantungkan kunci. Selain itu kami juga menggunakan **Manik-manik** untuk memberikan detail tambahan dan estetika pada gantungan kunci dari kawat bulu. Dan juga kami menggunakan Cincin gantungan kunci dan rantai kecil untuk mengkaitkan antara kawat bulu yang telah dihias dengan ring untuk menyatukan desain kawat bulu dengan kunci atau tas. Alat yang kami gunakan diantaranya adalah **Penggaris atau Meteran** Untuk mengukur panjang kawat dengan akurat, lem tembak yang digunakan untuk menempelkan manik-manik, atau elemen dekoratif lainnya ke dalam kawat bulu. Juga tentunya kami memerlukan gunting untuk memotong kawat bulu dan benang.

Bahan yang diperlukan dalam pembuatan totebag lukis adalah tas totebag kanvas polos. Kain kanvas cukup tebal dan memiliki permukaan yang kasar sehingga cat dapat menempel dengan baik. Kanvas juga kuat dan tahan lama, membuatnya ideal untuk penggunaan sehari-hari. Kami juga menggunakan **Cat Akrilik** untuk melukisnya, karena cat akrilik adalah pilihan yang tepat untuk melukis pada totebag karena cepat kering, mudah dicampur, dan memberi hasil warna yang cerah serta tahan lama. Peralatan yang dibutuhkan diantaranya adalah kuas cat dengan berbagai ukuran diperlukan untuk berbagai jenis desain. Kuas besar untuk latar belakang dan kuas kecil untuk detail halus. Palet Cat juga diperlukan untuk mencampur cat dan menentukan warna yang diinginkan. Pensil atau Spidol Fabric Digunakan untuk menggambar sketsa desain di atas totebag sebelum mulai melukis dengan cat. SAAJA Collection juga menggunakan panograf untuk menggambar atau memetakan suatu objek atau area dalam bentuk gambar dua dimensi yang sangat mendetail dan akurat. Untuk semua bahan mentah pemilik Saaja collection mengambil bahan dari toko online lain.

### **a. Biaya operasional**

Untuk modal awal SAAJA collection disupport dan diberi modal oleh Lazismu Jawa barat, jadi semua modal dikeluarkan oleh Lazismu Jawa barat untuk membantu produksi dan operasional agar anak-anak jalanan semakin semangat dalam mengembangkan skill dan usaha mereka. SAAJA Collection juga berusaha terus memantau dan mengelola biaya operasional dengan cermat dan akan berusaha untuk memastikan usaha ini berjalan dengan efisien dan memberikan dampak sosial yang positif bagi anak jalanan yang terlibat.

### **6) Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Berikut adalah tabel yang menunjukkan penjadwalan proyek selama 5 bulan pembagian.

Tabel 14. Tabel Penjadwalan Proyek

No.	Kegiatan	Bulanan					PIC
		1	2	3	4	5	
1	Perencanaan produksi						Pemilik Usaha
2	Pengurusan Perizinan						Pemilik Usaha
3	Pembelian Bahan Baku						Pemilik Usaha dan Investor
4	Pembelian alat						Pemilik Usaha dan Investor
5	Persiapan tempat produksi						Investor
6	Pra produksi						Tim Produksi
7	Evaluasi Pra Produksi						Tim Produksi
8	presentasi Hasil Produksi ke Bagian pemasaran						Tim Produksi
9	Produksi Bertahap						Anak jalanan bimbingan SAAJA
10	Quality Control						Tim Produksi QC
11	Packing produk						Tim Produksi
12	Strategi Promosi dan Pemasaran Produk						Tim Pemasaran

Dalam usaha ini, seluruh pengelolaan usaha mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga pendistribusian produk dilakukan secara bersamaan oleh tim SAAJA itu sendiri, namun produksi barang tergantung dari seorang tutor bagaimana mengajarkan kepada anak jalanan agar mereka lebih luwes dalam pembuatan produk hingga menghasilkan produk yang berkualitas baik. Sebagai usaha yang di tekuni oleh tim maka kerja sama tim, kekompakan, dan komunikasi tim harus berjalan dengan baik. Dikarenakan, apabila terjadi miskomunikasi makan akan terjadi beberapa risiko seperti halnya gagal memproduksi, kehilangan konsumen, bahkan kesalahan dalam waktu pendistribusian. Maka dari itu dalam usaha ini pengelolaan tim SAAJA yang terstruktur akan menghasilkan benefit dari seluruh aspek.

Dari tabel 11 di atas, dapat dilihat bahwa durasi penjadwalan penyelesaian proyek membutuhkan waktu 181 hari. Metode pembuatan proyek sampai pada strategi pemasaran produk dilakukan dengan cara bertahap. Yaitu membagi waktu penjadwalan menjadi 5 bulan. Perencanaan produksi dan perizinan dilakukan pada bulan pertama. Di mana dilakukan serah terima gedung yang diberikan oleh pihak Investor kepada SAAJA dengan *layout* produksi yang sudah di sesuaikan untuk produksi, dan pembelajaran bersama anak-anak jalanan. Proses perizinan tidak memakan waktu yang terlalu banyak karna investor bersedia menaungi Saaja Collection. Kemudian dilanjutkan dengan penjadwalan proyek seperti pembelian bahan baku dan pembelian alat serta mesin produksi dilakukan pada bulan kedua, kemudian persiapan tempat produksi dilakukan selama satu bulan dikarenakan dibutuhkan renovasi ulang tempat dan penyesuaian *layout* dengan dipadukannya tempat produksi dan pembelajaran agar dapat mengefisienkan tempat. Kemudian pelaksanaan produksi, evaluasi pra produksi serta presentasi hasil produksi ke bagian pemasaran dilakukan selama dua bulan lamanya, dikarenakan adanya revisi dan inovasi baru setelah itu investor juga menginginkan Tim SAAJA Collection untuk presentasi kembali terkait inovasi barunya, setelah itu jadwal proyek produksi masal, Quality Control, Packing produk, dan strategi promosi dan pemasaran dilakukan serentak selama satu bulan

## 7) Aspek Ekonomi dan Sosial

Dalam aspek ekonomi dan sosial, SAAJA Collection sangat memiliki peran dan kontribusi yang cukup besar. Kehadiran SAAJA dibawah senja yang memiliki semangat memperbaiki, memfasilitasi dan memberikan akses ilmu pengetahuan pada sekumpulan anak-anak yang tidak memiliki kesempatan untuk mengakses pendidikan dan ilmu pengetahuan di lingkungan formal. Hal ini, sudah menjadi langkah awal yang baik bagi kemajuan individu dan kelompok yang membutuhkan perhatian konkret berbentuk moral.

Dengan kegiatan berkreasi, berinovasi dan memproduksi gantungan kunci serta totebag lukis, harapan besar bagi anak-anak SAAJA dibawah senja dapat menyadari bahwa aktivitas berkreasi juga dapat menghasilkan dan menjadikannya sebagai pencaharian yang jauh lebih menguntungkan. Selain itu, dengan hadirnya produk-produk SAAJA Collection, dapat membiasakan pelanggan pada penggunaan barang-barang *reuseable* agar lingkungan tidak banyak tercemari oleh sampah-sampah sekali pakai.

## KESIMPULAN

Terdapat 5 aspek studi kelayakan bisnis utama yang dianalisa pada SAAJA Collection, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknik dan operasonal, aspek manajemen dan sumber daya manusia serta aspek ekononomi dan sosial. Aspek pasar dan pemasaran yang digunakan untuk menganalisa adalah dengan strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) yang segmentasinya adalah pelanggan potensial dari wilayah Bandung dan sekitarnya, serta pembeli potensial yang dapat dijangkau melalui platform e-commerce atau media sosial pada rentang usia remaja hingga dewasa berjenis kelamin perempuan. Selain itu, strategi pemasaran yang dianalisa menggunakan *marketing mix 4P* (*product, price, place, promotion*). Aspek keuangan dianalisa dengan menggunakan metode analisa *inisial invesment, Profitability Index (PI)* hingga kelayakan usaha diukur melalui perbandingan 2 pencaharian yang menunjukkan kelayakan yang jauh lebih menguntungkan memproduksi kerajinan tangan dibanding mengamen dan mengumpulkan barang bekas dijalanan.

Secara teknis, anak SAAJA diberikan pelatihan dalam pembuatan produk oleh pengurus SAAJA, seperti membuat gantungan kunci dan totebag lukis dengan bantuan biaya operasional dari lembaga-lembaga yang memberikan bantuan modal bagi aktivitas mereka. Dalam aspek manajemen dan SDM, dibuatkan proyeksi penjadwalan yang dibagi menjadi 5 bulan, serta aspek ekonomi dan sosial tinggi yang dimiliki oleh SAAJA Collection, yaitu untuk membantu pengurangan sampah-sampah sekali pakai hingga mengubah aktivitas anak-anak SAAJA menjadi lebih bernilai jual dibanding hanya mengamen dan mengumpulkan barang bekas di jalanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Q. (n.d.). *5 Jenis-Jenis Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif sampai Campuran*. Retrieved Desember, 2024 from gramedia.com: [https://www.gramedia.com/literasi/jenis-jenis-penelitian/#google\\_vignette](https://www.gramedia.com/literasi/jenis-jenis-penelitian/#google_vignette)
- American Marketing Association (AMA). (n.d.). *Definitions of Marketing*. Retrieved Desember 29, 2024 from ama.org: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Astria, Y. M., Legiana, V., Fahrezy, R. A., Saragih, J. A., & Widodasih, R. W. (2023). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN ASPEK KEUANGAN PADA USAHA PERCETAKAN CETAKREASI DI CIBARUSAH KAB. BEKASI. *Journal of Social and Economics Research*, 1128-1236.
- Ayatoni, D., Lianto, B., & Santoso, A. (2013). Studi Kelayakan Pendirian Pusat Souvenir dan Jajanan Khas Papua. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- Deka, R. E., Supriyani, S. N., Evanda, H., Rohmawati, A., Yuniasari, A. D., & Oktaviani, R. (2024). Studi Kelayakan Bisnis dan Analisis SWOT UMKM Maharani Embroidery Handycraft. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 38-50.

- Dharmawan, V., Conyтин, F., & Rachmaniyah, N. (2018). Kajian Perilaku dan Interior Restoran Cepat Saji di Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Desain Interior*, 27-36.
- Gray, C. d. (2007). *Manajemen Proyek. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Harahap, S. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif. *FEBI UIN-SU Press*.
- Husein, & Umar. (2007). Studi Kelayakan Bisnis.
- Husnan, Muhamad, S. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ibrahim, Y. H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka cipta.
- Iryana, & Kawasati, R. (n.d.). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif.
- Kadariah, L. K. (1999). *Pengantar Evaluasi Proyek*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kashmir, & Jakfar. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Laily, I. N. (2022, Februari 17). *Pengertian Bisnis Beserta Jenis dan Tujuannya*. Retrieved Desember 15, 2024 from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/nasional/620dbfd107784/pengertian-bisnis-beserta-jenis-dan-tujuannya>
- Nabila, A. P., Zahra, N., Peyoh, R. K., Utomo, S., Dianah, R., & Nurhidayati, V. A. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN STP DAN 4P PADA USAHA WONTON. *Seminar Nasioanl Pariwisata dan Kewirausahaan*, 371-377.
- Nastiti, W. A., Wibowo, J., & Suhandiah, S. (2023). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PRODUKSI TAS BACKPACK: STUDI TENTANG POTENSI PASAR BERDASARKAN 6 ASPEK KELAYAKAN. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 253-268.
- Nurasiah, D. E., Marina, I., & Umyati, S. (2023). Evaluasi Kelayakan Usaha Industri Rumah Tangga. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*.
- Philip Kotler, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian. Edisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia.
- Salsabillah, S. Z. (2021). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA INOVASI PENGEMBANGAN PRODUKGANTUNGAN BAJU PLASTIK MULTIFUNGSI. *Jurnal Ekombis*, 118-127.
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (n.d.). Analisis Kelayakan bisnis pada UMKM maknaan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 191-295.
- Saputra, R. A., & Rohman, A. (20224). Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pengembangan UMKM “Dodolanku Surabaya”: Analisis Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*.
- Sari, W. P. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro KECil Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*.
- Silaban, H., Lubis, P. K., Siregar, A. N., & Syaputra, I. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Galeri Ulos Sianipar. *Future Academia*, 7739-748.
- Susilo, J. H., & Agustino, M. R. (2023). Implementasi Studi Kelayakan Bisnis Untuk Peningkatan Kualitas Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 1-11.