



PT. Nayahais Star

PROPOSAL

Kelayakan Perusahaan

Disusun oleh:

Nadila Ladesya Haibu Alfaris

PROPOSAL KELAYAKAN BISNIS

PT NAYAH AIS STAR

Industri Kreatif

1. Pengenalan Umum: Konsep Dasar Analisa Perancangan Perusahaan dan Proyek

Analisa perancangan perusahaan merupakan sebuah pendekatan sistematis yang dilakukan dalam rangka mendirikan dan mengelola sebuah bisnis secara profesional, efektif, dan berkelanjutan. Dalam dunia bisnis modern, analisa ini sangat krusial karena menjadi dasar dari semua keputusan strategis yang akan diambil oleh manajemen. Tanpa perencanaan yang matang, sebuah perusahaan berisiko kehilangan arah, gagal dalam pengambilan keputusan penting, dan bahkan bisa mengalami kebangkrutan meskipun memiliki ide usaha yang potensial.

Dalam konteks PT Nayahais Star, yang fokus pada industri kreatif berbasis produk custom seperti gantungan kunci, analisa ini menjadi fondasi utama untuk memastikan perusahaan dapat tumbuh di tengah persaingan pasar yang dinamis. Mengingat pasar produk kreatif bersifat cepat berubah, berbasis tren, dan sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen, maka keberadaan analisa yang mendalam adalah keharusan, bukan pilihan.

Fungsi utama dari analisa perancangan perusahaan adalah untuk menilai kelayakan suatu ide bisnis sebelum dikembangkan menjadi entitas yang berjalan secara penuh. Fungsi ini mencakup pemetaan aspek-aspek penting seperti pasar sasaran, kebutuhan sumber daya, strategi pemasaran, model keuangan, dan peraturan hukum. Di era manajemen modern, keputusan bisnis tidak bisa hanya mengandalkan intuisi; harus didasarkan pada data dan proyeksi yang realistis.

Pentingnya analisa ini juga terlihat dari kemampuannya dalam meminimalkan risiko usaha. Dalam dunia bisnis, tidak ada usaha yang benar-benar bebas risiko. Namun, melalui analisa yang komprehensif,

risiko-risiko tersebut dapat diidentifikasi lebih awal, dikaji dampaknya, dan disiapkan strategi mitigasinya. Misalnya, jika dalam proses perencanaan ditemukan bahwa bahan baku akrilik memiliki fluktuasi harga tinggi, maka perusahaan bisa mengantisipasi dengan menyusun kontrak jangka panjang dengan supplier atau mencari bahan alternatif.

Analisa perancangan juga berperan besar dalam membangun kredibilitas perusahaan, terutama di mata investor dan mitra strategis. Dokumen ini menjadi semacam “blueprint” atau cetak biru yang menjelaskan arah bisnis, visi misi, strategi pertumbuhan, serta struktur internal perusahaan. Dalam banyak kasus, investor akan menolak memberikan dana jika tidak ada analisa kelayakan usaha yang jelas dan rinci.

Dari sisi pembangunan ekonomi, analisa perancangan usaha memberikan kontribusi penting. Banyak negara, termasuk Indonesia, menjadikan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi. Namun, banyak dari UMKM ini gagal bertahan karena lemahnya perencanaan awal. Dengan adanya analisa perancangan yang matang, usaha seperti PT Nayahais Star bisa menghindari jebakan yang sama, sekaligus menciptakan dampak positif melalui penciptaan lapangan kerja, inovasi produk lokal, dan sumbangan terhadap pendapatan daerah.

Dalam konteks teknologi dan digitalisasi, analisa perancangan kini juga mencakup pertimbangan transformasi digital dan adaptasi terhadap e-commerce. Nayahais Star, misalnya, memanfaatkan platform online seperti Instagram, Shopee, dan Tokopedia untuk memasarkan produknya. Namun, penggunaan teknologi ini memerlukan analisa terkait pemilihan platform, strategi konten, dan efektivitas iklan digital, yang semua itu perlu dirancang sejak awal.

Selain itu, analisa ini juga menjadi alat reflektif bagi pemilik usaha. Banyak pengusaha pemula terlalu fokus pada produk dan lupa pada sistem manajemen, arus kas, serta legalitas usaha. Dengan menyusun analisa sejak awal, pengusaha dipaksa untuk melihat gambaran besar dan memperhitungkan semua aspek penting. Ini akan menghindarkan mereka dari kesalahan mendasar seperti salah memilih model bisnis atau mengabaikan biaya tersembunyi.

Dalam dunia akademik dan pendidikan bisnis, analisa perancangan usaha juga merupakan salah satu materi yang wajib dipahami oleh calon pengusaha. Hal

ini karena keberhasilan sebuah bisnis tidak hanya ditentukan oleh ide yang kreatif, tetapi juga oleh bagaimana ide itu diimplementasikan dalam sistem usaha yang terstruktur. Oleh karena itu, dokumen ini juga sering dijadikan bahan pembelajaran dalam studi kelayakan bisnis, manajemen strategis, dan perencanaan keuangan.

Sebagai kesimpulan awal, analisa perancangan perusahaan merupakan elemen yang sangat vital dalam pembangunan dan pengembangan usaha. Tanpa dokumen ini, perusahaan ibarat kapal tanpa kompas: tidak tahu arah dan tujuan. Bagi PT Nayahais Star, analisa ini adalah fondasi yang akan menuntun perusahaan dalam mengambil keputusan terbaik, mengembangkan produk, membangun brand, dan mencapai keberhasilan jangka panjang di pasar industri kreatif.

2. Fungsi dan Ruang Lingkup Analisa Perencanaan

Analisa perencanaan dalam sebuah perusahaan mencakup keseluruhan proses penilaian dan pemetaan strategis terhadap faktor-faktor yang menentukan keberhasilan sebuah proyek atau usaha. Fungsi utamanya adalah sebagai panduan sistematis dalam menyusun, mengorganisasi, serta mengarahkan sumber daya agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Dalam hal ini, PT Nayahais Star membutuhkan analisa perencanaan yang komprehensif agar pertumbuhan bisnisnya dapat berlangsung secara terukur dan berkesinambungan, terlebih di sektor industri kreatif yang sangat kompetitif dan dinamis.

Ruang lingkup analisa perencanaan mencakup beberapa aspek penting yang harus dipertimbangkan secara holistik. Aspek pertama adalah studi pasar, di mana perusahaan harus memahami siapa target konsumennya, bagaimana perilaku mereka, apa kebutuhan mereka, serta bagaimana tren pasar berkembang. Untuk PT Nayahais Star, hal ini berarti melakukan analisa terhadap konsumen anak muda (usia 15–35 tahun) yang memiliki ketertarikan terhadap produk-produk estetik, personal, dan bersifat custom seperti gantungan kunci bertema fandom, couple, atau karakter animasi.

Aspek kedua adalah analisis sumber daya, baik dari segi sumber daya manusia (SDM), bahan baku, maupun teknologi. Perusahaan perlu mengevaluasi

kemampuan tenaga kerja yang dimiliki, ketersediaan bahan akrilik berkualitas, dan kesiapan mesin produksi seperti printer UV dan laser cutting. Sebagai contoh, jika tenaga kerja belum mahir dalam software desain seperti Adobe Illustrator atau CorelDRAW, maka perusahaan harus merencanakan pelatihan intensif sebelum proses produksi dimulai.

Selanjutnya adalah perencanaan investasi, yang mencakup estimasi biaya awal, pembagian alokasi modal, dan strategi pendanaan. PT Nayahais Star, misalnya, membutuhkan sekitar Rp55 juta untuk investasi awal yang meliputi pembelian alat produksi, bahan baku awal, serta peralatan pendukung operasional. Sumber pendanaan bisa berasal dari modal pribadi, pinjaman UMKM, atau investor mitra. Oleh karena itu, perencanaan ini harus mampu menunjukkan proyeksi keuntungan dan risiko agar menarik minat pihak pendana.

Ruang lingkup keempat adalah struktur organisasi, yang menjadi kerangka kerja operasional perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan perlu menetapkan siapa yang bertanggung jawab terhadap tiap divisi: produksi, desain, administrasi, dan pemasaran. Struktur organisasi awal yang ramping dan fleksibel akan memudahkan pengambilan keputusan, namun seiring pertumbuhan usaha, struktur tersebut perlu disesuaikan agar tetap efisien dalam mengelola aktivitas operasional yang makin kompleks.

Kemudian terdapat manajemen risiko, yang bertujuan mengidentifikasi berbagai potensi masalah yang dapat mengganggu jalannya usaha. Risiko yang mungkin dihadapi PT Nayahais Star meliputi fluktuasi harga bahan baku, kesalahan produksi, keterlambatan pengiriman, hingga perubahan tren pasar. Analisa ini tidak hanya mencakup identifikasi, tetapi juga bagaimana cara mitigasi, seperti dengan memiliki vendor bahan baku cadangan, quality control ketat, serta strategi diversifikasi produk.

Analisa perencanaan juga memiliki fungsi strategis untuk menyesuaikan antara visi jangka panjang perusahaan dengan taktik jangka pendek. PT Nayahais Star, sebagai perusahaan berbasis online, tidak bisa hanya mengandalkan penjualan musiman. Perencanaan harus mencakup langkah konkret dalam menjaga kesinambungan penjualan, misalnya dengan menciptakan tema produk setiap bulan atau menggandeng komunitas kreatif untuk kolaborasi.

Lebih lanjut, analisa ini berfungsi sebagai dokumen referensi internal bagi manajemen dalam membuat keputusan sehari-hari. Jika terdapat perubahan kebijakan pemerintah, tren pasar yang berubah mendadak, atau permasalahan internal, manajemen dapat merujuk kembali pada dokumen perencanaan untuk menyesuaikan strategi yang relevan. Dengan begitu, perusahaan tidak bertindak reaktif, melainkan tetap bergerak dalam kerangka strategis yang telah dirancang.

Dalam dunia digital yang serba cepat, perencanaan konten digital marketing juga merupakan bagian dari ruang lingkup analisa ini. Perusahaan harus merancang kalender promosi, strategi SEO, serta integrasi media sosial agar mampu bersaing di ruang digital. Di sinilah peran analisa perencanaan menjadi sangat relevan bagi Nayahais Star, mengingat mayoritas konsumennya ditemukan melalui platform online.

Terakhir, analisa perencanaan berfungsi sebagai dasar dalam evaluasi kinerja bisnis. Melalui indikator-indikator yang telah dirancang (seperti target penjualan, biaya produksi, ROI), perusahaan dapat menilai apakah strategi yang dijalankan sudah optimal atau perlu diperbaiki. Ini juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan revisi perencanaan tahunan yang lebih realistis, dan mempercepat proses pengambilan keputusan berbasis data.

3. Tahapan Analisa Kelayakan Usaha

Tahapan analisa kelayakan usaha merupakan serangkaian proses sistematis yang dilakukan untuk menilai apakah sebuah ide bisnis layak dijalankan dalam kondisi nyata. Analisa ini penting untuk memastikan bahwa sumber daya yang digunakan tidak sia-sia, serta untuk menghindari risiko kegagalan usaha di masa depan. Dalam konteks PT Nayahais Star, yang bergerak di bidang produk kreatif berbasis custom keychain, analisa kelayakan sangat dibutuhkan untuk mengukur potensi keuntungan, daya saing produk, serta efektivitas strategi bisnis yang diterapkan.

Tahap pertama adalah identifikasi peluang usaha, yaitu proses menggali potensi ide bisnis yang memiliki pasar dan permintaan yang jelas. PT Nayahais Star memulai dari kebutuhan konsumen terhadap produk yang bersifat personal

dan unik, seperti gantungan kunci bertema anime, karakter favorit, atau hadiah couple. Identifikasi ini dilakukan dengan mengamati tren di media sosial, melihat lonjakan penjualan di marketplace, serta melakukan observasi terhadap preferensi generasi muda terhadap produk personalisasi.

Setelah peluang diidentifikasi, tahap kedua adalah perumusan ide usaha. Ide awal dikembangkan menjadi konsep bisnis yang lebih matang. Nayahais Star, misalnya, memutuskan untuk tidak hanya menjual produk jadi, tetapi memberikan layanan desain custom sesuai permintaan konsumen. Hal ini membedakan bisnis ini dari produsen massal lain dan memberikan keunggulan kompetitif yang kuat. Di tahap ini juga ditentukan model bisnis yang digunakan, apakah B2C (business-to-consumer), sistem pre-order, atau ready stock.

Tahapan ketiga adalah pengumpulan data, baik primer maupun sekunder. Data primer dapat diperoleh melalui survei online terhadap calon konsumen mengenai preferensi desain, harga yang diinginkan, dan alasan membeli produk custom. Sedangkan data sekunder berasal dari riset pasar, laporan industri kreatif nasional, atau data dari e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee. Contohnya, menurut data Shopee pada kuartal II tahun 2024, produk gantungan kunci dengan tema “couple” dan “anime” mengalami peningkatan penjualan sebesar 23%.

Selanjutnya adalah analisa kelayakan dari berbagai aspek. Ini meliputi aspek pasar (apakah produk memiliki pasar yang cukup besar), aspek teknis (apakah perusahaan mampu memproduksi dengan kualitas dan volume sesuai permintaan), aspek keuangan (apakah usaha akan menguntungkan secara jangka panjang), aspek hukum (apakah legalitas usaha telah terpenuhi), serta aspek lingkungan dan sosial. Setiap aspek ini harus dijabarkan dalam bentuk analisis kualitatif maupun kuantitatif agar hasil evaluasi dapat dipercaya.

Untuk memperjelas analisa ini, dilakukan penyusunan proyeksi keuangan awal seperti estimasi biaya produksi, kebutuhan modal, pendapatan, dan keuntungan. Misalnya, dalam perhitungan awal PT Nayahais Star:

- Biaya produksi per gantungan kunci: Rp 5.000
- Harga jual: Rp 15.000
- Margin keuntungan: Rp 10.000 per unit
- Jika dalam sebulan ditargetkan terjual 300 unit, maka potensi laba kotor

bulanan mencapai Rp 3.000.000. Ini adalah gambaran awal yang kemudian akan diperdalam dalam proyeksi arus kas dan analisa BEP (Break Even Point).

Setelah analisa aspek selesai, tahapan berikutnya adalah evaluasi keseluruhan kelayakan proyek. Evaluasi ini menjawab pertanyaan: “Apakah ide usaha ini layak dilanjutkan secara teknis, ekonomis, dan sosial?” Jika ditemukan bahwa biaya investasi terlalu tinggi atau pasar terlalu sempit, maka usaha bisa dinyatakan tidak layak atau harus disesuaikan. Sebaliknya, jika semua aspek menunjukkan potensi yang baik, maka usaha dapat dinyatakan layak untuk dijalankan.

Tahap selanjutnya adalah penyusunan dokumen kelayakan usaha (business feasibility study). Dokumen ini menyajikan seluruh data, analisa, dan rekomendasi dalam format profesional yang siap diajukan ke investor, bank, atau instansi pendukung usaha. Dalam dokumen ini, PT Nayahais Star akan mencantumkan ringkasan eksekutif, analisa SWOT, proyeksi keuangan, strategi operasional, serta langkah implementasi tahap awal.

Setelah dokumen selesai, masuk ke tahap akhir yaitu pengambilan keputusan investasi. Apakah usaha akan dijalankan langsung, ditunda, dimodifikasi, atau bahkan dibatalkan. Pada titik ini, semua stakeholder (pemilik modal, mitra, konsultan bisnis) akan menimbang seluruh data dan analisa untuk membuat keputusan yang paling rasional. Bagi Nayahais Star, keputusan yang diambil pada tahap ini sangat krusial, karena akan menentukan langkah awal peluncuran produk, pembentukan tim, dan penetapan strategi penjualan.

Tahapan terakhir yang tak kalah penting adalah monitoring dan evaluasi berkala. Analisa kelayakan bukan dokumen mati, tetapi harus diperbarui secara periodik. Jika tren pasar berubah, atau jika permintaan meningkat tajam, maka dokumen kelayakan harus disesuaikan agar tetap relevan. Oleh karena itu, Nayahais Star perlu menyusun sistem evaluasi dan indikator performa agar kelayakan usaha dapat dipantau secara berkelanjutan.

4. Konsep dan Fungsi Hukum dalam Perancangan Perusahaan

Aspek hukum dalam perancangan perusahaan merupakan elemen fundamental yang menentukan keabsahan dan kelangsungan operasional sebuah usaha di mata negara. Tanpa kejelasan status hukum, suatu bisnis tidak hanya sulit untuk berkembang, tetapi juga berisiko dibubarkan atau ditindak secara hukum. Untuk PT Nayahais Star, yang beroperasi secara online dan melibatkan aktivitas perdagangan, pengiriman barang, serta hubungan kontraktual dengan pelanggan dan mitra, kepastian hukum menjadi fondasi penting dalam membangun kredibilitas bisnis.

Langkah pertama dalam aspek hukum adalah menentukan bentuk badan hukum. PT Nayahais Star memilih berbentuk Perseroan Terbatas (PT) karena bentuk ini memberikan perlindungan terbatas terhadap aset pribadi pemilik jika terjadi masalah hukum. Selain itu, bentuk PT juga lebih dipercaya oleh investor dan mitra bisnis. Dengan mendaftarkan perusahaan melalui OSS (Online Single Submission), PT Nayahais Star memperoleh NIB (Nomor Induk Berusaha) dan izin usaha mikro, yang menjadi bukti legalitas operasional dan dapat digunakan untuk pengajuan perizinan lainnya.

Selanjutnya adalah pengurusan perizinan dan dokumen hukum lain, seperti Surat Keterangan Domisili Usaha, NPWP perusahaan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), serta TDP (Tanda Daftar Perusahaan). Semua dokumen ini harus diperoleh sebelum operasional penuh dilakukan. Selain memenuhi aturan pemerintah, kelengkapan dokumen ini juga menjadi syarat penting untuk dapat bekerja sama dengan pihak perbankan, logistik, bahkan penyedia payment gateway seperti Midtrans atau Xendit.

Aspek hukum juga mencakup perlindungan terhadap kekayaan intelektual (HKI). Produk yang dibuat oleh PT Nayahais Star, terutama desain gantungan kunci custom, sangat rentan ditiru oleh kompetitor. Maka dari itu, perusahaan perlu mendaftarkan hak cipta desain serta merek dagang ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Selain memberikan perlindungan hukum, ini juga memperkuat identitas brand dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Bahkan di

kemudian hari, lisensi desain yang terdaftar dapat menjadi sumber pendapatan pasif melalui skema franchise atau kerja sama komersial.

Implikasi hukum lainnya juga menyangkut hubungan kerja dan perlindungan konsumen. PT Nayahais Star harus memperhatikan hak dan kewajiban karyawan sesuai UU Ketenagakerjaan, termasuk pemberian upah minimum, jam kerja, dan keselamatan kerja. Di sisi lain, perusahaan juga wajib menjaga hak konsumen, seperti kejelasan spesifikasi produk, prosedur refund, dan perlindungan data pribadi. Dengan menjaga kepatuhan hukum, perusahaan tidak hanya terhindar dari sanksi, tetapi juga membangun citra positif yang dapat memperkuat posisinya di pasar.

5. Aspek Produk, Teknis, dan Teknologi

Produk merupakan inti dari keberadaan sebuah perusahaan, terlebih bagi bisnis seperti PT Nayahais Star yang menawarkan produk berbasis kreativitas dan personalisasi. Produk utama yang dikembangkan adalah gantungan kunci custom berbahan dasar akrilik, yang diproduksi dengan teknologi laser cutting dan printer UV. Keunikan produk terletak pada tingkat kustomisasi yang tinggi—pelanggan bisa memesan desain sesuai keinginan mereka, mulai dari gambar, teks, hingga warna latar. Karakteristik ini menjadikan produk bukan hanya fungsional, tetapi juga emosional dan personal, yang sangat diminati oleh pasar anak muda saat ini.

Dari sisi desain, produk PT Nayahais Star dirancang untuk mencerminkan gaya hidup dan identitas konsumen. Ini bisa berupa tokoh kartun, nama pasangan, logo komunitas, atau simbol fandom tertentu. Oleh karena itu, tahapan desain membutuhkan kolaborasi antara desainer grafis internal dan komunikasi aktif dengan pelanggan. File desain biasanya dikirim dalam format vektor (AI, CDR, SVG), yang kemudian disesuaikan sebelum diproses secara teknis. Tahap ini memerlukan keterampilan teknis sekaligus sensitivitas terhadap selera pasar.

Secara teknis, proses produksi produk melalui tiga tahap utama: pemotongan, pencetakan, dan perakitan. Pertama, akrilik dipotong menggunakan mesin laser cutting dengan akurasi tinggi untuk mengikuti bentuk desain. Kedua,

permukaan akrilik dicetak menggunakan printer UV flatbed, yang memungkinkan pencetakan warna penuh langsung ke media keras. Ketiga, produk dirakit dan dikemas secara manual, termasuk penambahan gantungan logam, bubble wrap, serta packaging premium jika diperlukan. Teknologi ini memungkinkan efisiensi produksi dan hasil akhir yang presisi.

Pemilihan lokasi usaha juga penting dalam aspek teknis. PT Nayahais Star memutuskan untuk beroperasi dari home workshop di wilayah Tangerang karena dekat dengan akses logistik, tersedia sumber listrik stabil, dan memiliki lingkungan yang mendukung kegiatan produksi rumahan. Lokasi ini juga strategis untuk pengiriman cepat ke wilayah Jabodetabek serta biaya sewa yang lebih terjangkau dibandingkan lokasi komersial. Di masa depan, seiring pertumbuhan kapasitas, perusahaan berencana ekspansi ke workshop yang lebih besar atau sistem mitra produksi (outsourcing).

Dari segi kapasitas produksi, saat ini Nayahais Star menargetkan produksi

Komponen	Jumlah	Estimasi Biaya (Rp)
Mesin Laser Cutting	1 unit	20.000.000
Printer UV A3	1 unit	25.000.000
Laptop + Software Desain	1 set	7.000.000
Akrilik (50 kg) + Tinta	Awal produksi	3.000.000
Perlengkapan Packing (plastik, bubble wrap, kotak)	Paket	2.000.000
Total Investasi Awal		Rp57.000.000

sekitar 100–150 unit per hari dengan 1 mesin laser dan 1 printer UV. Kapasitas ini bisa meningkat menjadi 500 unit/hari jika permintaan naik, dengan penambahan 1–2 unit mesin tambahan dan penyesuaian shift kerja. Hal ini menunjukkan bahwa model produksi bersifat scalable atau dapat ditingkatkan secara bertahap tanpa perlu restrukturisasi besar. Kelebihan ini menjadi nilai tambah dalam aspek teknis,

karena mendukung pertumbuhan bisnis tanpa menimbulkan risiko biaya tetap yang terlalu tinggi.

Teknologi yang dipilih oleh PT Nayahais Star bukan hanya efisien secara waktu, tapi juga berkelanjutan dari segi energi dan sumber daya. Mesin laser cutting modern memiliki sistem pendinginan otomatis dan efisiensi energi yang lebih baik dibanding generasi lama. Printer UV yang digunakan juga menggunakan tinta eco-friendly dan proses pengeringan tanpa emisi karbon tinggi. Dengan memilih teknologi ini, perusahaan dapat menjaga kualitas tanpa mengorbankan tanggung jawab lingkungan.

Dari sisi pemeliharaan teknis (maintenance), perusahaan menerapkan sistem pengecekan harian untuk kebersihan lensa laser, kalibrasi printer UV, dan ventilasi ruang produksi. Perawatan rutin ini penting untuk menghindari kerusakan mendadak yang bisa menghambat produksi. Selain itu, tim produksi dilatih untuk mengenali tanda-tanda kerusakan awal agar bisa melakukan tindakan preventif sejak dini. Perusahaan juga menjalin kerja sama dengan vendor peralatan untuk servis berkala.

Hal yang tidak kalah penting adalah fleksibilitas produk. Mesin dan sistem produksi yang digunakan memungkinkan Nayahais Star mengembangkan produk lain berbahan akrilik seperti pin, standee, name tag, hingga medali custom. Fleksibilitas ini merupakan modal utama untuk melakukan diversifikasi usaha ke depan tanpa harus melakukan investasi tambahan yang besar. Artinya, teknologi yang dipilih saat ini tidak hanya melayani kebutuhan sekarang, tetapi juga membuka peluang inovasi di masa depan.

Secara keseluruhan, aspek produk, teknis, dan teknologi dari PT Nayahais Star menunjukkan bahwa perusahaan telah merancang sistem produksi yang efisien, adaptif, dan kompetitif. Keputusan yang diambil dalam memilih peralatan, metode produksi, dan desain produk memperlihatkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar dan arah pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

6. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar merupakan bagian vital dalam studi kelayakan usaha, karena berhubungan langsung dengan keberadaan konsumen dan daya serap produk di masyarakat. PT Nayahais Star menargetkan pasar anak muda usia 15–35 tahun yang aktif di media sosial dan terbiasa berbelanja secara daring. Segmentasi ini mencakup pelajar, mahasiswa, komunitas fandom (K-Pop, anime, dan game), serta pasangan muda yang mencari produk unik dan personal. Pasar ini dikenal loyal terhadap brand yang memiliki estetika kuat dan mampu merepresentasikan identitas mereka melalui produk. Analisis terhadap tren ini diperkuat dengan data Google Trends yang menunjukkan peningkatan pencarian untuk “custom keychain” sebesar 38% dalam satu tahun terakhir.

Strategi pemasaran PT Nayahais Star sepenuhnya mengandalkan pendekatan digital (digital marketing). Perusahaan aktif menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan Shopee sebagai saluran utama promosi dan penjualan. Di Instagram, mereka menampilkan desain produk secara estetik dan menjalankan campaign seperti “Free Design Day” dan “Couple Week Discount” untuk meningkatkan interaksi dengan followers. Di Shopee dan Tokopedia, strategi yang diterapkan antara lain adalah flash sale mingguan, bundling produk, serta penggunaan voucher diskon. Selain itu, perusahaan juga menggunakan endorsement mikro-influencer dari kalangan kreator seni atau komunitas niche seperti fanbase anime.

Untuk penentuan harga, PT Nayahais Star menggunakan pendekatan cost-plus pricing, yaitu harga jual ditentukan dari total biaya produksi ditambah margin keuntungan. Misalnya, jika biaya produksi gantungan kunci adalah Rp6.000, maka harga jual dipatok Rp15.000–Rp20.000 tergantung tingkat kustomisasi. Harga ini tetap kompetitif dengan seller lain, namun dengan keunggulan pada kualitas cetak dan layanan desain gratis. Selain itu, perusahaan juga menyediakan layanan pengiriman cepat (GoSend, J&T, JNE) serta fitur pelacakan pesanan otomatis untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

7. Aspek Manajemen dan Organisasi

Struktur manajemen yang jelas dan efisien sangat penting untuk memastikan bahwa operasional bisnis berjalan lancar dan sesuai dengan visi perusahaan. PT Nayahais Star, sebagai usaha rintisan (startup) di sektor industri kreatif, menerapkan struktur organisasi yang ramping namun fungsional. Di tahap awal, struktur organisasi terdiri dari 4 divisi utama: Produksi & Desain, Pemasaran Digital, Keuangan & Admin, dan Customer Service. Setiap divisi dijalankan oleh individu yang memiliki latar belakang atau pelatihan di bidangnya, namun tetap fleksibel untuk menjalankan peran lintas fungsi sesuai kebutuhan dinamis startup.

Kepemimpinan dijalankan secara kolaboratif oleh pendiri (founder) sebagai direktur utama (CEO), yang merangkap pengambil keputusan strategis dan pengawas antardivisi. Gaya kepemimpinan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana keputusan tidak hanya datang dari atas tetapi juga melalui diskusi tim. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menciptakan budaya kerja kreatif dan terbuka terhadap masukan baru, yang sangat dibutuhkan dalam usaha berbasis desain dan personalisasi produk seperti Nayahais Star.

Dalam aspek manajemen SDM, perusahaan melakukan perekrutan berdasarkan kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang. Rekrutmen dilakukan secara online melalui platform seperti LinkedIn, Glints, dan Instagram Story bisnis. Selain itu, perusahaan juga memberikan pelatihan dasar seperti penggunaan software desain (CorelDRAW, Canva Pro), dasar manajemen marketplace, dan komunikasi pelanggan. Sistem evaluasi kinerja dilakukan secara bulanan dengan indikator seperti jumlah pesanan selesai tepat waktu, tingkat kepuasan pelanggan (dari review), serta ide inovatif yang diimplementasikan. Ini membentuk sistem organisasi yang tidak hanya bekerja untuk hasil, tapi juga mendorong tumbuhnya budaya kreatif.

8. Aspek Sosial Kemasyarakatan

Pendirian dan pengembangan PT Nayahais Star tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial terhadap masyarakat sekitar. Sebagai usaha yang berbasis di lingkungan rumah produksi

skala kecil, perusahaan berkomitmen untuk merekrut tenaga kerja lokal, khususnya anak muda yang belum memiliki pekerjaan tetap atau lulusan SMA/SMK di wilayah Tangerang dan sekitarnya. Dengan memberikan pelatihan dasar produksi dan digital marketing, perusahaan secara langsung berkontribusi pada pengurangan angka pengangguran dan peningkatan keterampilan kerja masyarakat.

Program CSR (Corporate Social Responsibility) menjadi bagian dari strategi sosial perusahaan. PT Nayahais Star secara rutin mengalokasikan sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial seperti donasi alat tulis ke sekolah sekitar, mendukung kegiatan kreatif komunitas anak muda, serta pelatihan desain dasar bagi pelajar yang berminat terjun ke industri kreatif. Selain itu, perusahaan juga merancang program kolaborasi dengan UMKM lokal untuk packaging produk, sehingga mendorong tumbuhnya ekosistem usaha mikro di sekitarnya.

Dari sisi inklusi dan keberagaman, Nayahais Star memastikan bahwa proses rekrutmen dan operasional terbuka bagi semua gender, latar belakang sosial, dan kepercayaan. Selain itu, pendekatan desain produk yang fleksibel juga memungkinkan konsumen dari berbagai komunitas untuk memesan produk sesuai identitas budaya atau minatnya. Dengan menjaga harmoni sosial ini, perusahaan tidak hanya membangun reputasi yang baik di masyarakat, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen dari berbagai latar belakang.

9. Aspek Finansial

Aspek finansial dalam studi kelayakan usaha menjadi tolok ukur utama dalam menilai sejauh mana suatu proyek bisnis dapat berjalan secara menguntungkan dan berkelanjutan. Bagi PT Nayahais Star, aspek ini mencakup estimasi kebutuhan investasi awal, proyeksi arus kas, laporan laba rugi pro forma, analisis titik impas (Break Even Point), serta indikator kelayakan investasi seperti NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), dan Payback Period. Melalui analisa ini, perusahaan tidak hanya dapat merencanakan pengelolaan keuangan yang baik, tetapi juga menyusun strategi pertumbuhan usaha yang lebih terukur.

1. Estimasi Investasi Awal

Berdasarkan kebutuhan dasar operasional dan produksi, berikut estimasi investasi awal untuk PT Nayahais Star:

Komponen	Jumlah	Estimasi Biaya (Rp)
Mesin Laser Cutting	1 unit	20.000.000
Printer UV	1 unit	25.000.000
Laptop Desain + Software	1 set	7.000.000
Meja Produksi & Perlengkapan	-	1.500.000
Bahan Baku (akrilik, gantungan, dll)	Awal produksi	3.000.000
Packaging & Branding	-	1.500.000
Modal Kerja 3 bulan awal	-	5.000.000
Total Investasi Awal		Rp 63.000.000

2. Proyeksi Laba Rugi Pro Forma (per bulan)

Keterangan	Jumlah
Penjualan (300 unit x Rp15.000)	Rp4.500.000
Harga Pokok Produksi (300 x Rp5.500)	Rp1.650.000
Laba Kotor	Rp2.850.000
Biaya Operasional (listrik, internet, packing)	Rp750.000
Laba Bersih	Rp2.100.000

Dengan laba bersih Rp2.100.000/bulan, usaha dapat dikatakan mulai menguntungkan di skala kecil. Laba ini dapat meningkat seiring pertumbuhan volume penjualan.

3. Analisis Break Even Point (BEP)

Menghitung titik impas dengan asumsi:

- Harga jual per unit: Rp15.000
- Biaya variabel/unit: Rp5.500
- Biaya tetap bulanan: Rp750.000

$BEP \text{ (unit)} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel})$

$BEP = \text{Rp}750.000 / (\text{Rp}15.000 - \text{Rp}5.500) = 750.000 / 9.500 \approx 79 \text{ unit}$

Artinya, Nayahais Star hanya perlu menjual sekitar 79 unit per bulan untuk mencapai titik impas. Di atas itu, penjualan mulai menghasilkan laba.

4. Payback Period

Jika perusahaan menghasilkan laba bersih Rp2.100.000/bulan, maka untuk menutup investasi awal Rp63.000.000:

$\text{Payback Period} = \text{Investasi Awal} / \text{Laba Bersih Bulanan}$
 $= 63.000.000 / 2.100.000 \approx 30 \text{ bulan (2,5 tahun)}$

Payback period 2,5 tahun tergolong wajar untuk industri kreatif mikro. Namun dengan peningkatan promosi dan volume penjualan, periode ini bisa dipangkas menjadi 18–20 bulan.

5. NPV dan IRR (Asumsi)

Dengan tingkat diskonto (cost of capital) 10% dan proyeksi laba stabil Rp25 juta/tahun selama 5 tahun:

$NPV = \sum (CF / (1+r)^t) - \text{Initial Investment}$

(Disederhanakan menggunakan kalkulator keuangan:

$NPV \approx \text{Rp}32.000.000,$

$IRR \approx 18\text{--}20\%$)

NPV positif dan IRR di atas tingkat bunga bank (10%) menunjukkan bahwa proyek ini layak secara finansial.

10. Aspek Dampak Lingkungan

Meskipun PT Nayahais Star termasuk usaha mikro dan berbasis produksi kreatif non-industri berat, kegiatan operasionalnya tetap memiliki potensi dampak lingkungan yang perlu diperhatikan. Proses produksi yang melibatkan pemotongan akrilik menggunakan laser cutting dan pencetakan menggunakan printer UV menghasilkan limbah berupa potongan kecil akrilik, sisa tinta, serta kemasan plastik yang apabila tidak dikelola dengan baik dapat mencemari lingkungan. Selain itu, penggunaan energi listrik untuk mesin produksi juga menjadi aspek konsumsi sumber daya yang perlu dioptimalkan.

Sebagai upaya mitigasi, PT Nayahais Star menerapkan program pengelolaan limbah internal. Limbah akrilik kecil dikumpulkan dan disalurkan ke pengrajin lokal untuk dijadikan bahan kerajinan ulang seperti pin kecil, medali mini, atau bahan eksperimen desain. Sementara untuk tinta printer, perusahaan hanya menggunakan tinta UV non-toxic dan eco-solvent yang lebih ramah lingkungan. Untuk kemasan, perusahaan juga mulai beralih menggunakan kantong kertas daur ulang dan bubble wrap ramah lingkungan. Langkah-langkah ini sejalan dengan prinsip produksi berkelanjutan (sustainable production).

Selain pengelolaan limbah, PT Nayahais Star juga mempertimbangkan efisiensi energi dalam operasional. Penggunaan mesin dengan konsumsi daya rendah dan operasional yang dijadwalkan pada jam produktif bertujuan mengurangi pemborosan energi. Ke depan, perusahaan juga berencana menambahkan edukasi lingkungan dalam program CSR-nya, terutama bagi komunitas anak muda yang menjadi basis konsumennya, agar usaha ini tak hanya menciptakan nilai ekonomi, tapi juga membangun kesadaran lingkungan sejak dini.

11. Kriteria Penilaian Investasi dan Pengambilan Keputusan

Penilaian investasi adalah proses krusial untuk menentukan apakah proyek usaha layak dijalankan atau tidak. Dalam kasus PT Nayahais Star, kriteria penilaian mencakup pendekatan kuantitatif seperti analisis NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), Payback Period, dan Break Even Point, serta kualitatif, seperti kesesuaian visi usaha, potensi pertumbuhan pasar, dan

risiko operasional. Hasil dari analisis sebelumnya menunjukkan bahwa usaha ini menghasilkan NPV positif, IRR di atas suku bunga pinjaman UMKM (sekitar 10–12%), dan payback period relatif cepat ($\pm 2,5$ tahun), yang berarti proyek ini layak secara finansial.

Dari sisi kualitatif, PT Nayahais Star memiliki keunggulan kompetitif berupa produk yang unik, layanan custom yang personal, serta pasar anak muda yang sangat aktif di platform digital. Selain itu, nilai tambah usaha juga terletak pada fleksibilitas produksi dan potensi ekspansi produk berbasis desain. Manajemen risiko sudah mulai diterapkan melalui pengelolaan vendor, pemantauan tren, serta strategi diversifikasi produk. Hal-hal ini semakin memperkuat keputusan bahwa investasi layak dilanjutkan dan dikembangkan lebih lanjut.

Berdasarkan seluruh kriteria tersebut, maka pengambilan keputusan investasi untuk PT Nayahais Star ditetapkan dalam status “layak dan direkomendasikan untuk dijalankan”. Keputusan ini tidak hanya berdasar pada potensi profitabilitas jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha, dampak sosial-positif, dan peluang pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dalam implementasinya, perusahaan disarankan untuk melakukan monitoring berkala terhadap indikator keuangan dan pasar agar tetap adaptif terhadap perubahan.

12. Analisis Strategi dan Kajian Manajemen Risiko

Dalam membangun bisnis jangka panjang, PT Nayahais Star menyusun strategi pertumbuhan yang terbagi dalam tiga tahap: jangka pendek (1 tahun pertama), jangka menengah (tahun ke-2 hingga ke-3), dan jangka panjang (tahun ke-4 ke atas). Di tahap awal, fokus strategi adalah membangun brand awareness dan menjangkau konsumen loyal melalui media sosial dan e-commerce. Strategi menengah melibatkan diversifikasi produk seperti standee, name tag, dan kolaborasi desain dengan komunitas. Pada tahap panjang, perusahaan berencana membentuk jaringan reseller nasional dan membuka workshop skala kecil di beberapa kota.

Dalam menjalankan strategi tersebut, perusahaan menghadapi berbagai risiko utama, antara lain: risiko finansial (fluktuasi modal kerja, kenaikan bahan baku), risiko pasar (perubahan tren atau selera konsumen), risiko hukum (ketidaksesuaian izin atau pelanggaran HKI), dan risiko SDM (tenaga kerja kurang terlatih atau turnover tinggi). Untuk itu, PT Nayahais Star menyusun mekanisme mitigasi, seperti membuat buffer stok bahan baku, mengikuti tren secara aktif di media sosial, mengamankan merek dan desain melalui pendaftaran HKI, serta menyusun program pelatihan karyawan dan SOP kerja standar.

Strategi mitigasi risiko juga didukung oleh penggunaan teknologi digital untuk pemantauan penjualan dan performa bisnis secara real-time. Perusahaan menggunakan dashboard sederhana untuk memantau arus kas, tingkat kepuasan pelanggan, dan efektivitas promosi. Dengan pendekatan manajemen risiko berbasis data dan responsif terhadap dinamika pasar, PT Nayahais Star tidak hanya mampu meminimalkan kerugian, tetapi juga lebih siap dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang usaha secara optimal.