



## ANALISIS LINGKUNGAN DAN KELAYAKAN USAHA TOTE BAG TOTTEYOU

### PENULIS

Wahyu Agung Krisna Bakti

### ABSTRAK

Fashion adalah aspek penting dalam gaya, dan penampilan sehari-hari. Dunia Fashion mengalami perkembangan pesat, terutama dalam produk tas, yang awalnya hanya digunakan sebagai wadah barang bepergian namun kini berperan dalam gaya. Tas, khususnya tote bag, menjadi sangat populer karena kepraktisannya dan beragam desainnya. Awalnya digunakan oleh wanita, tote bag juga menjadi pilihan bagi pria. Tote bag kini menjadi barang wajib yang serbaguna dan tahan lama, terbuat dari bahan seperti kanvas atau blacu. Tote bag memiliki beragam warna, pola, dan gaya yang sesuai untuk berbagai acara, dari formal hingga informal. Produksi tas di Indonesia terus meningkat, dengan berbagai bentuk dan desain, termasuk tote bag, yang banyak ditemukan di pasar Indonesia. Oleh karena itu, penelitian tentang lingkungan dan kelayakan usaha tote bag "TOTTEYOU" menjadi topik yang menarik untuk diinvestigasi. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menilai usaha tote bag Totteyou berdasarkan analisis lingkungan usaha dan analisis kelayakan usaha. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *business plan*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha tote bag Totteyou layak dijalankan dan profitabel.

### Kata Kunci

Fashion, Tote Bag, Kelayakan Bisnis

### ABSTRACT

*Fashion is an essential aspect of style and everyday appearance. The fashion world is experiencing rapid development, especially in bag products, which were initially only used as containers for traveling goods but now play a role in style. Bags, especially tote bags, have become very popular because of their practicality and various designs. Initially used by women, tote bags have also become an option for men. Tote bags have now become mandatory versatile and durable items made from materials such as canvas or calico. Tote bags come in various colors, patterns, and styles to suit a variety of occasions, from formal to informal. Bag production in Indonesia continues to increase, with various shapes and designs, including tote bags, often found in the Indonesian market. Therefore, research on the environment and feasibility of the "TOTTEYOU" tote bag business is an exciting topic to investigate. This research aims to assess the Totteyou tote bag business based on the business environment and feasibility analyses. This research method uses a qualitative method with a business plan approach. This research indicates that the Totteyou tote bag business is feasible and profitable.*

### Keywords

*Fashion, Tote Bag, Business Feasibility*

### AFILIASI

Prodi, Fakultas  
Nama Institusi  
Alamat Institusi

Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi  
Universitas Diponegoro  
Jalan Prof. Sudarto No. 13 Tembalang, Semarang, Jawa Tengah

### KORESPONDENSI

Penulis  
Email

Wahyu Agung Krisna Bakti  
[wahyuagung1226@gmail.com](mailto:wahyuagung1226@gmail.com)

### LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

Fashion memiliki peran penting dalam gaya, tren, dan penampilan sehari-hari masyarakat. Industri Fashion mencakup berbagai model dan merek, termasuk tas, pakaian, dan item terkait Fashion lainnya. Belakangan ini, dunia Fashion, terutama segmen tas, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Tas telah berkembang dari sekadar alat pengangkut barang untuk perjalanan menjadi aksesoris Fashion yang esensial. Perkembangan cepat Fashion di Indonesia ditandai dengan tren yang terus berubah, mendorong masyarakat tidak hanya mengikuti tren ini tetapi juga mempertimbangkannya sebagai kebutuhan sehari-hari untuk terlihat *trendy* dan *stylish* (Diana, 2021).

Di era saat ini, beragam jenis tas terus berkembang untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan tujuan. Awalnya dirancang untuk membawa barang, tas telah berubah dari sekadar pembawa barang menjadi aksesoris Fashion yang memengaruhi penampilan secara keseluruhan dan status sosial seseorang. Tas, terutama di kalangan wanita, telah menjadi pelengkap yang mencuri perhatian untuk menyempurnakan busana dan meningkatkan citra sosial. Hampir semua orang membutuhkan tas, apakah itu untuk bekerja, sekolah, pesta, atau kegiatan santai (Gunawan, 2018).

Tas adalah barang penting, selain pakaian, dengan berbagai fungsi. Mereka juga telah menjadi peluang bisnis dan investasi. Seiring berjalannya waktu, dengan berkembangnya tren dan motif, tas telah memperluas daya tariknya, bahkan pada kalangan pria sebagai aksesoris fungsional untuk perjalanan. Salah satu jenis tas yang paling populer adalah tas wanita, karena banyak wanita sangat menyukai gaya dan Fashion. Tas telah menjadi tren global, dengan tote bag menjadi yang paling banyak digunakan karena praktis, serbaguna, dan banyak digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat (I Sujana, 2021).

Tote bag, pada dasarnya merupakan tas berbentuk kotak dengan bagian atas terbuka dan dua tali pegangan, telah mendapatkan popularitas yang besar. Tote bag tersedia dalam berbagai ukuran dan desain, cocok untuk membawa buku, kosmetik, gadget, dan lainnya. Tote bag serbaguna dan fleksibel, dengan kekuatan dan bahan seperti kanvas, nilon, dan kain yang kuat menjadikannya sangat diminati oleh konsumen. Konsep tote bag berasal dari

Amerika Serikat, dan sejak itu, mereka telah digunakan secara luas di seluruh dunia, awalnya dirancang untuk kemudahan pelaut. Penggunaan tote bag sebagai tas tangan Fashion untuk wanita mulai populer pada tahun 1950-an, beralih dari fungsional menjadi aksesoris yang modis (Farida, 2020).

## METODE PENELITIAN

Cakupan Penelitian ini meliputi aspek analisis lingkungan usaha dan analisis kelayakan usaha. Fokus penelitian ini pada analisis kelayakan usaha tote bag "Totteyou", dengan lokus penelitian berlokasi di Jalan Raya Banaran Nomor 17 Sekaran Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah Kode Pos 50229.

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan diambil langsung dari observasi usaha yang sedang dikembangkan oleh penulis, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan peninjauan pustaka mengenai hal-hal yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan analisis kelayakan mengenai lingkungan usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, produksi dan keuangan dengan meninjau Harga Pokok Penjualan, analisis keuangan, analisis kelayakan usaha dan *break event point*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Usaha

Totteyou merupakan sebuah *brand* tas jinjing yang menjual beragam tas jinjing dengan berbagai macam model dan design. Dalam tahap awal bisnis ini dikembangkan dengan mengusung konsep dan berfokus pada tote bag sederhana dengan beragam motif design gambar yang dapat juga *costum*. Totteyou bertujuan untuk menghadirkan sebuah brand tote bag yang memiliki design *trendy* dan harga yang dapat terjangkau oleh banyak kalangan, khususnya para pelajar dan mahasiswa, untuk designnya sendiri Totteyou juga menerima design *costum* sesuai dengan keinginan pelanggan.

TotteYou berada di jalan Raya Banaran Nomor 17 Sekaran Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah Kode Pos 50229 sebagai tempat produk didistribusikan. Dalam tahap pengembangan Brand ini

pelanggan masih hanya dapat memesannya melalui *online store* Totteyou yang ada di *E-Commerce* Shopee, Tokopedia, melalui sosial media Instagram, Facebook dan melalui WhatsApp, sebab lokasi tersebut merupakan lokasi produksi produk.

**Analisis Lingkungan**

Aspek Pemasaran

Segmentasi pasar Totteyou adalah remaja hingga dewasa yang tinggal di wilayah kota-kota besar atau seperti Semarang, Jogja, Bandung, Surabaya, atau Makassar yang memiliki ponsel dengan kebebasan mengakses internet dan wilayah tempat tinggal yang mudah dilalui ekspedisi pengiriman.

Para Pesaing Produk tote bag sebenarnya sudah sangat banyak, namun mayoritas merupakan *dropshipper* atau *reseller* yang menjualnya secara *online* melalui marketplace shopee maupun Tokopedia. Bisnis *dropshipper* atau *reseller* umumnya menjual produknya dengan model dan design produk yang sama.

Marketing mix yang berfokus pada produk yang dipasarkan akan berfokus pada tas belanja dengan modifikasi dan variasi model design yang mengusung tema *green environment* namun tetap menambahkan sisi menarik dan *fashionable*. Harga Totebag Base TotteYou dipatok dengan Harga 39.900 dengan spesifikasi dan kualitas yang dijamin mutunya sesuai dengan apa yang diunggah pada *channel-channel* pemasaran. Lokasi Manufacturer dan distribusi akan berpusat di kota Semarang, namun dengan dibangunnya saluran penjualan pada *E-Commerce* dan sosial media tidak menutup kemungkinan bahwa *brand* TotteYou dapat terkenal di seluruh penjuru negeri. Aspek promosi yang akan dikembangkan secara konsisten adalah dengan membangun konten-konten menarik pada sosial media TotteYou seperti Instagram dan TikTok dimana pada kedua platform media sosial tersebut memungkinkan untuk mengenalkan dan memperluas *brand* TotteYou ke depannya

Aspek Produksi

Kapasitas produksi Usaha Totteyou diproduksi untuk sebagai stok yang tersedia namun masih berupa tas polos tanpa sablon tertentu. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan pesanan pelanggan dapat langsung diproses dengan menambahkan sablon tanpa khawatir tote bag dengan design tertentu tidak terjual atau mengalami penumpukan *stock*. Totteyou

memutuskan untuk menerapkan strategi tersebut sebab didasari oleh pengerjaan sablon produk yang singkat sehingga produk tetap *ready to buy*. Pengembangan produk Totteyou nantinya akan dilakukan dengan cara mengamati kebutuhan pasar, dalam pengembangan model dan design produk, Totteyou juga akan merambah untuk memproduksi *dompet*, *card holder*, *clutch*, *shoulder bag* dan jenis tas dengan beragam model lain dengan menggunakan bahan baku utama yaitu belacu dan canvas.

Aspek Keuangan

Kegiatan Operasional Totteyou dilaksanakan dengan modal awal berupa uang tunai. Modal berupa uang tunai berasal dari dana penulis yang digunakan untuk pembelian bahan baku, biaya kerjasama dengan vendor dan menopang kelangsungan usaha Totteyou.

**Analisis Kelayakan Usaha**

Aspek Keuangan

**Tabel 1. Anggaran Biaya Produksi**

Keterangan	Biaya
Biaya Bahan Baku	2.025.000
Biaya Jasa Manufaktur	475.000
Biaya Overhead Produksi	410.000
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>2.910.000</b>

Sumber: Data Primer (2023)

**Harga Pokok Produksi**

$$\begin{aligned}
 \text{HPP} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi Per Bulan}} \\
 &= 29.100/100 \\
 &= 2.910.000
 \end{aligned}$$

Artinya suatu Produk TotteYou yang dihasilkan dengan membutuhkan Biaya 29.100 dengan harga jual yang rencananya sebesar 39.900 maka margin yang diperoleh adalah 10.800 atau sebesar 37,11%.

Laporan Laba Rugi

Dalam analisis kelayakan usaha, Totteyou melakukan analisis laporan laba rugi yang bertujuan untuk mengetahui apakah perusahaan mendapatkan profit atau mengalami kerugian dalam kegiatan operasi bisnisnya. Laporan laba rugi yang dianalisis ini dibuat dengan menggunakan asumsi selama lima tahun dengan jumlah pendapatan yang sama tiap bulannya yaitu Rp.3.990.000 dan jumlah biaya yang sama yaitu Rp.2.910.000 dengan cara mengurangi jumlah penjualan dengan total biaya yang

menghasilkan laba bersih sebesar Rp.64.800.000. Rincian mengenai laporan laba rugi Totteyou dapat dilihat lebih jelas pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Laporan Laba Rugi**

<b>TotteYou Laporan Laba Rugi Kurun Waktu 5 Tahun</b>	
Penjualan Rata-rata	239.400.000
Biaya Bahan Baku	121.500.000
Biaya Manufaktur	28.500.000
Biaya Overhead Produksi	24.600.000
Total Biaya	(174.600.000)
Total Laba Bersih	64.800.000

Sumber: Murphy dan Knemeyer (2018)

### Break Event Point

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Penjualan/Unit} - \text{Biaya Variabel/Unit})} \\
 &= \frac{895.000}{39.900 - 20.250} \\
 &= \frac{895.000}{19.650} \\
 &= 45,5 \text{ unit} \\
 \text{BEP} &= 45,5 \times 39.900 \\
 &= 1.817.328
 \end{aligned}$$

Artinya aktivitas bisnis TotteYou tetap dapat berjalan apabila perusahaan dapat menjual empat puluh lima unit barang atau mendapatkan penghasilan sekitar Rp. 1.817.328 untuk mencapai titik impas atau kondisi tidak untung maupun tidak rugi.

### KESIMPULAN

Analisis lingkungan usaha dilakukan dengan menilai aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek keuangan. Dalam menilai analisis lingkungan usaha Totteyou menyimpulkannya dari aspek pemasaran dengan Potensi pasar yang besar sebab Totebag telah menjadi tren yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena kesadaran akan masalah lingkungan dan kebutuhan untuk mengurangi penggunaan plastik, aspek produksi dengan bekerja sama dengan vendor yang dapat lebih menghemat biaya produksi, dan aspek keuangan yang didasarkan pada modal penulis .

Analisis kelayakan usaha dilakukan dengan menilai analisis keuangan, menilai harga pokok penjualan, *break event point*, dan laporan laba rugi dalam analisis kelayakan usaha Totteyou dapat dinilai sebagai sebuah usaha yang layak dan profitabel berdasarkan laporan keuangan laba rugi yang telah dipaparkan.

### REFERENSI

- Agus, S. Irfani. (2020). Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi. Gramedia Pustaka Utama.
- Alawiyah, D., & Ssusetyo, D. P. (2021). Pengaruh Pengendalian Proses Produksi dan Output Produksi Terhadap Bonus pada PT Glostar Indonesia I. Auditing. Jurnal Mahasiswa Akuntansi, 2(1), 169-188. <https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMA/article/view/156>
- Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Khaer, A. U. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Minuman Daeng Fruit's di Makassar. Jurnal Malomo: Manajemen dan Akuntansi, 1(1), 42-56. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3447>
- Antosa, Z., Syahputri, A., Shaputra, D. H., Maryani, D., Anwar, F., Febriyanti, F., ... & Mahfuzah, W. (2022). Peningkatan Kemampuan Menjahit Masyarakat Melalui Pembuatan "Tote Bag" Di Desa Bukit Sakai Kecamatan Kampar Kiri. KALANDRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(5), 154-158. <https://jurnal.radisi.or.id/index.php/JurnalKALANDRA/article/view/200>
- Ari, Setyaningrum. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. CV. AndiOffset.
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. In Social, Humanities, and Educational Studies (SHES) Conference Series, 2 (1), 345-349. <https://jurnal.uns.ac.id/SHES/article/view/38431>
- Hansen dan Mowen. (2009). Akuntansi Manajerial. Buku 1 edisi 8. Salemba Empat
- Muhammad, Rifa'i. dan Husinsah. (2022). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Perdana Publishing.
- Munjiati, Munawaroh., H. R., L. Hindasah. (2016). Perencanaan Bisnis. Untuk Program Strata 1. LP3M UMY.
- Murphy, Paul R. Jr. & Knemeyer, A. Michael. (2018). Contemporary Logistics, (12<sup>th</sup> Ed.). Pearson Education.

Yusvita, G., Rinjani, I., Suminar, L. A., Andira, E. R., Wahyudin, W., & Sari, R. P. (2021). Analisis Usaha Tote Bag Ramah Lingkungan sebagai Solusi Guna Mengurangi Sampah Plastik. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem dan Industri*, 2(01), 12-23. <https://www.sciencegate.app/app/redirect#aHR0cHM6Ly9keC5kb2kub3JnLzEwLjM1MjYxL2dpanRzaS52MmkwMS41MjU0>