

Studi Kelayakan Usaha Agensi Digital Advertising Muda Kreasi Digital Untuk Keberlanjutan Bisnis

Rifal Bayu Ardi¹, Isnaini Umi Fadhilah²

Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Kodepos 57154

HP 083194026310

E-mail: 190101153@fikom.udb.ac.id

Abstrak

Sebelum usaha dijalankan, diperlukan adanya studi dan perhitungan kelayakan usaha agar usaha dapat berkelanjutan mengembangkan potensi bisnis yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha dari salah satu perusahaan yang berencana untuk bergerak di bidang jasa periklanan berbasis digital (digital advertising), Muda Kreasi Digital. Metode deskriptif kuantitatif dipilih untuk memberikan gambaran secara objektif dengan menggunakan angka dari tahap awal pengumpulan data hingga menampilkan hasil pengolahan data. Dalam menghimpun data, digunakan metode wawancara dan studi pustaka dari penelitian serupa yang sudah dilakukan sebelumnya. Dari hasil pembahasan menggunakan perhitungan Break Event Point (BEP) didapatkan hasil sejumlah Rp. 5.993.790, dan nilai Return on Investment (ROI) sebesar 26.67% pada Muda Kreasi Digital. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika rencana usaha digital advertising Muda Kreasi Digital adalah usaha yang layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Kelayakan, Usaha, Digital, Advertising

Abstract

Before starting a business, it is necessary to have a business feasibility study and calculation so that the business can continue to develop its business potential. This study aims to analyze the business feasibility of a company that plans to engage in digital advertising services, Muda Kreasi Digital. The quantitative descriptive method was chosen to provide an objective picture using numbers from the initial stages of data collection to displaying the results of data processing. In collecting data, the interview method and literature study were used from similar research that had been done previously. From the results of the discussion using the calculation of the Break Event Point (BEP), the result is Rp. 5,993,790, and a Return on Investment (ROI) value is 26.67% on Muda Kreasi Digital. So it can be concluded that the Muda Kreasi Digital business plan is a viable business to run.

Keywords : Feasibility, Business, Digital, Advertising

1. Pendahuluan

Iklan (*advertising*) adalah salah satu kegiatan promosi yang sering dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk menunjukkan fungsi, keunggulan, dan perbedaan produk yang dimilikinya kepada calon konsumen. Kegiatan beriklan melalui berbagai media komunikasi ini sering dilakukan agar banyak konsumen yang menyadari dan mengetahui keunikan dan keunggulan produk sehingga produk dapat memiliki posisi yang berarti dan berbeda di hati konsumen.

Salah satu jenis iklan yang banyak berkembang saat ini adalah penggunaan iklan dengan basis digital dan internet, atau yang lebih dikenal dengan *digital advertising*. Menurut Cole et al., (2017) *digital advertising* adalah bagian dari pemasaran digital yang memiliki manfaat, karena dalam pemasaran digital karena dapat dijadikan media untuk memberikan tolak ukur perilaku konsumen. Mulyati et al., (2021) juga menyatakan melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen akan memudahkan penerapan berbagai strategi iklan, seperti pembuatan konten dalam periklanan digital.

Adanya jumlah pengguna internet yang besar menjadi faktor yang mendukung besarnya peluang dari *digital advertising*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah melakukan survei mengenai jumlah pengakses internet di Indonesia. Hasil survei tersebut pada tahun 2021 tercatat sebanyak 210 juta jiwa dari total populasi 272 juta jiwa penduduk Indonesia yang telah terkoneksi dengan jaringan internet. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi di tahun 2019-2020, yang pada awalnya sebesar 73,70% meningkat menjadi 77,02% di tahun 2021-2022. Peningkatan jumlah pengguna internet yang terjadi setiap tahun, menjadikan masyarakat Indonesia sebagai salah satu pasar yang cocok menerapkan *digital advertising*.

Salah satu perusahaan yang berencana untuk berjalan dan menyediakan jasa periklanan berbasis digital adalah Muda Kreasi Digital. Muda Kreasi Digital merupakan sebuah usaha agensi yang menyediakan berbagai keperluan klien untuk keperluan iklan digital seperti artikel, *copywriting*, *marketplace advertising*, *design*. Sebelum usaha dijalankan, diperlukan adanya studi dan perhitungan kelayakan usaha agar usaha dapat berkelanjutan mengembangkan potensi bisnis yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha dari Muda Kreasi Digital menggunakan beberapa metode peninjauan. Analisis kelayakan usaha yang dilakukan terhadap Muda Kreasi Digital akan ditinjau dari perhitungan kelayakan usaha menggunakan BEP (*Break Event Point*) dan ROI (*Return on Investment*). Risa & Imam (2019) menyatakan Pengukuran kelayakan bertujuan untuk memberikan pengetahuan apakah suatu proyek mampu memberikan manfaat bagi organisasi. Menurut Maruta (2018), Break Even Point (BEP) merupakan suatu keadaan perusahaan dalam operasionalnya tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian, dapat dikatakan antara pendapatan dan biaya pada keadaan yang sama, sehingga laba yang diperoleh adalah nol. Kasmir (2014:202) menyatakan bahwa *Return On Investment* merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan.

2. Metodologi

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, metode deskriptif kuantitatif dipilih karena penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan secara objektif yang ditunjukkan menggunakan angka dari awal tahap pengumpulan data, pengolahan, hingga menampilkan hasil pengolahan tersebut. Kami akan menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Jenis data primer akan kami peroleh dengan metode penelitian langsung melalui wawancara dengan pemilik Muda Kreasi Digital serta pihak-pihak yang terkait. Data penelitian sekunder, kami peroleh dari studi pustaka dengan mengumpulkan dan mempelajari data yang sudah ada seperti hasil riset dan hasil dari penelitian sejenis yang sudah dilakukan sebelumnya (Rachmawati, 2007).

Pada penelitian berikut akan menggunakan beberapa proses tahapan pengumpulan data yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penutup.

- a) Tahap persiapan, peneliti melakukan pencarian dan mengumpulkan berbagai literatur yang relevan dengan penelitian berikut, terkait studi kelayakan usaha *digital advertising* dari berbagai sumber terpercaya
- b) Tahap pelaksanaan, peneliti melakukan wawancara dengan partisipan yang terkait dan objek penelitian yakni pemilik dari Muda Kreasi Digital
- c) Tahap penutup, peneliti mencatat informasi penting yang diberikan oleh partisipan. Peneliti mempelajari informasi yang diberikan oleh partisipan, untuk kemudian dilakukan analisis melalui perhitungan dan untuk mendapatkan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan berisi hasil dari studi kelayakan usaha agensi digital *advertising* Muda Kreasi Digital. Pertama menjelaskan mengenai deskripsi usaha yang akan dijalankan. Kedua membahas tentang setiap aspek yang ada di dalam studi kelayakan bisnis usaha, terdiri dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan.

a. Deskripsi Usaha

Usaha agensi digital *advertising* merupakan usaha agensi yang menyediakan berbagai keperluan klien untuk keperluan iklan digital seperti artikel, *copywriting*, *marketplace advertising* dan *design*. Strategi promosi melalui jaringan sosial media seperti : Facebook, Instagram dan melalui media cetak. Usaha agensi digital *advertising* ini dibangun dengan melibatkan kerjasama dari pihak lain yang memiliki visi dan misi yang sama.

Visi Muda Kreasi Digital : Menjadi salah satu perusahaan content creator agency Indonesia yang terbaik yang membantu dalam proses pemasaran dari produsen sampai konsumen untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui ide yang kreatif dan berorientasi pada masa depan.

Misi Muda Kreasi Digital : Membantu klien dalam mitra usaha yang menguntungkan kedua belah pihak dan memberikan pelayanan terbaik bagi para produsen (klien) untuk memenuhi kebutuhan dalam semua permasalahan bidang promosi dan periklanan.

b. Aspek Pasar

Dari segi aspek pasar Muda Kreasi Digital memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing seperti : menyediakan paket yang variatif dengan harga yang kompetitif dan memberikan pelayanan dengan bebas revisi sampai sepakat. Usaha ini memiliki peluang besar untuk dijalankan sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya. Adapun terdapat strategi pemasaran yang dilakukan Muda Kreasi Digital dalam menawarkan jasa menggunakan pendekatan digital, instrumen yang digunakan yaitu *website*, aplikasi dan medial social.

c. Aspek Teknis

Muda Kreasi Digital mencari dan melatih SDM untuk menjadi handal pada setiap kegiatan dan mampu menghasilkan yang terbaik. Perangkat laptop dengan spesifikasi yang baik dapat mendukung kemampuan kinerja karyawan dalam proses pembuatan konten digital *advertising*.

d. Aspek Manajemen

Usaha agensi digital *advertising* Muda Kreasi Digital dikelola oleh pemilik dengan bantuan tim produksi untuk mendukung keberlangsungan usaha.

e. Aspek Keuangan

Modal yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional usaha agensi digital *advertising* Muda Kreasi Digital berasal dari dana pribadi pemilik usaha.

Modal usaha agensi digital *advertising* Muda Kreasi Digital dapat dilihat pada Tabel 1.dibawah ini :

Tabel 1.Modal Investasi (MI)

| NO | NAMA | JUMLAH | HARGA PER UNIT Rp. | TOTAL HARGA Rp. | UMUR EKONOMIS (BULAN) | PENYUSUTAN PER BULAN |
|---------------|--------------------------------|--------|--------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|
| 1 | Laptop | 2 | 5.000.000 | 10.000.000 | 36 | 277.778 |
| 2 | Meja | 2 | 300.000 | 600.000 | 36 | 16.667 |
| 3 | Kursi | 2 | 150.000 | 300.000 | 36 | 8.333 |
| 4 | Printer | 1 | 750.000 | 750.000 | 36 | 20,833 |
| 5 | Telepon | 1 | 150.000 | 150.000 | 36 | 4.167 |
| 6 | LCD Proyektor | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 36 | 41.667 |
| 7 | Lisensi <i>Software design</i> | 1 | 200.000 | 200.000 | 36 | 5.556 |
| JUMLAH | | | 8.050.000 | 13.500.000 | | 375.001 |

Tabel 2. Modal Kerja (MK)

| | |
|--|--------------------|
| 1.BIAYA TIDAK TETAP (BTT) | JUMLAH (Rp) |
| a. Pembelian bahan makanan dan minuman | 650.000 |
| b. Pembelian alat tulis | 100.000 |
| c. Biaya Listrik | 200.000 |
| d. Biaya Promosi | 500.000 |
| e. Biaya Internet | 500.000 |
| JUMLAH BTT | 1.950.000 |
| 2.BIAYA TETAP (BT) | JUMLAH (Rp) |
| a. Gaji Karyawan | 3.000.000 |
| b. Biaya Transportasi (Per bulan) | 400.000 |
| c. Sewa tempat (Per bulan) | 1.000.000 |
| d. Sewa Hosting dan Domain | 50.000 |
| e. Penyusutan | 375.001 |
| JUMLAH BT | 4.825.001 |

| | |
|--|------------|
| Modal Investasi (MI) | 13.500.000 |
| Modal Kerja (MK) | |
| - Biaya tidak tetap (BTT) | 1.950.000 |
| - Biaya tetap (BT) | 4.825.001 |
| Modal Usaha (MU) = MI + MK | 20.275.001 |
| Asumsi Penjualan (S) | 10.000.000 |
| Laba usaha = S-MK | 3.224.999 |
| Persentase (X%) = $\frac{\text{Laba Usaha}}{\text{MU}} \times 100\%$ | = 15,9% |

$$\text{BEP (Break Event Point)} = \frac{\text{BT} \times \text{S}}{\text{S} - \text{BTT}} = 5.993.790$$

Kelayakan Usaha

1. Ditinjau dari BEP
Hasil Penjualan (S) > BEP
2. (X%) > Bunga Deposito Bank + Resiko (2%+5%)
Hasilnya **LAYAK** untuk dijalankan.

ROI (Return Of Investment)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba} + \text{Penyusutan}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% = 26.67\%$$

$$\text{Waktu Balik Modal} = \frac{1}{\text{ROI}} = 3.74 \text{ tahun}$$

4. Kesimpulan & Saran

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan jika usaha digital advertising Muda Kreasi Digital adalah usaha yang layak untuk dijalankan. Kelayakan usaha Muda Kreasi Digital ditinjau dari analisis *Break Event Point* (BEP) yaitu sejumlah Rp. 5.993.790 dan memiliki asumsi hasil penjualan yang lebih tinggi yaitu sejumlah Rp. 10.000.000. Persentase (X%) memiliki nilai sebesar 15,9% dan lebih besar dari bunga deposito bank ditambah resiko yaitu 7%. Ditinjau dari analisis *Return on Investment* (ROI), Muda Kreasi Digital memiliki nilai ROI sebesar 26,67% dan waktu balik modal selama 3,74 tahun.

5. Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022. Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022, Akses Online 26 November 2022, URL <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Ariane, N. O., Maâ, R., & Sagita, B. H. (2018). Analisis Kelayakan Bisnis Moving Advertising Berbasis Digital Pt. Movi Media Indonesia. *eProceedings of Engineering*, 5(3).
- Baskoro, R. D., Chumaidiyah, E., & Suryana, N. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Creative Agency Berbasis Digital Dan Perancangan Website Pt. Sudutpandang Creativehub. *eProceedings of Engineering*, 6(2)..
- Cole, H. S., DeNardin, T., & Clow, K. E. (2017). Small service businesses: Advertising attitudes and the use of digital and social media marketing. *Services Marketing Quarterly*, 38(4), 203-212.
- Diyaurrahman, M. R., & Idris, I. (2021). Analisis Kelayakan Perencanaan Usaha Advertising Agency Kubingakai Di Kota Semarang (*Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).

- Kasmir, 2014. Analisis Laporan Keuangan, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Maruta, H. (2018). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1).
- Maulita, D., & Arifin, M. (2018). Pengaruh Return On Investment (ROI) Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Return Saham Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2012-2016). *Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Muhammad, F., Safitri, K. W., Saputri, N. A., Nurhayati Agustin, N. A., Ramadhan, S., & Harleyani, S. O. (2018). Rencana Bisnis “Wave Visuel” Dengan Menggunakan Strategi Digital Marketing. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(2), 89-91.
- Mulyati, D., Windy, O., Kurnia, E., & Banirohim, G. (2021). Peran Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Perusahaan, Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Pengguna Terhadap Niat Beli Dimediasi Brand Passion The Role of Company Created Social Media Communication, User Created Social Media Communications on Purchase Intentions in Mediate Brand Passion. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2).
- Philemon, T. A., Sundjaja, I. B., & Budiono, A. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Online Travel Agent. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 1–19.
- Putra, I. G. P. W., Murdani, N. K., & Laksmi, N. P. A. D. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Jasa Desain Grafis dan Digital Printing Pada Gede Project Design (Studi kasus pada Industri Kecil Unit Percetakan Desain Grafis “Gede Project Design” Denpasar - Bali). *Jurnal Satyagraha*, 4(1), 1–11.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.