

ABSTRACT

Perkembangan dunia *fashion* saat ini semakin pesat, terutama dalam hal pakaian dan aksesoris wanita (tas, sepatu, perhiasan). Pesatnya perkembangan di dunia *fashion*, antara lain didukung dengan pertumbuhan bisnis butik *online* melalui *Internet*, termasuk di Indonesia. Hampir di seluruh jejaring sosial seperti *Facebook*, *Friendster* dan *Twitter*, dapat dijumpai banyak butik yang menjual produk mereka secara *online*. Oleh karena itu penulis berminat membuka bisnis butik *online* ini dengan nama Ryu-San Shop.

Keuntungan dari bisnis butik *online* adalah rendahnya modal awal yang diperlukan, dan tidak memerlukan tempat untuk memajang produk, berbeda halnya dengan butik konvensional yang membutuhkan tempat untuk memajang produk. Kelemahan dari butik *online* ini adalah tidak semua orang dapat mengakses butik mereka. Hanya pelanggan yang sudah memiliki jaringan *Internet* dan terhubung dengan situs tertentu yang dapat mengakses butik mereka. Tapi dengan kelemahan atau keterbatasan tersebut, tidak menghalangi perkembangan butik *online* di Indonesia. Hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya jumlah butik yang menjual produk mereka secara *online*.

Business plan yang telah dirancang akan memaparkan gambaran Ryu-San Shop, mulai dari detail tampilan *online*, stok barang yang akan dipromosikan, daftar harga, serta disain dan daftar pilihan baju, aksesoris maupun *fashion item* lain yang dapat menarik minat konsumen. Dalam proyek ini dilampirkan pula penjabaran modal awal yang dibutuhkan, pendapatan potensial per bulan, serta struktur organisasi yang ideal untuk memulai bisnis ini.

Ryu-San Shop cukup cepat dalam mencapai *payback period* yaitu hanya dalam waktu kurang lebih 6 bulan saja. Sedangkan untuk *net present value* (NPV) dari bisnis *online* butik ini bernilai positif karena dari *payback period* dan NPV tersebut bisnis ini layak untuk dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

One kind of the online businesses that start to grow in Indonesia is online boutiques, which offer and provide people with information and media to buy clothes, bags, shoes, and accessories. Ryu-San shop sells and promotes its products online, for example at network communities like Facebook and Friendster, which can be a very potential business to run because many people can see the products of the boutiques online. To make this business different from other online boutiques, Ryu-San shop plans to add customer-designed models as unique selling proposition.

The prospect of the business is promising. We can see that the percentage of online shopping is up every year, and people, especially young ones, want more viable option to satisfy their need for fashion, with more efficiency.

Ryu-San Shop buys its products from suppliers; it does not need employees to do its operational activities. Ryu-San Shop uses tailor partners for its “customer-designed” clothes, where the designs and material specifications from the customers are sent to tailor partners for them to sew, with an agreement about the cost and profit for the tailors.

Ryu-San Shop achieves its payback period in six months and ten days. The net present value of Ryu-San shop has already got the positive value in seven months which is Rp 1,133,013. Ryu-San Shop is a very attractive business, because the initial investment is low, only Rp 14,350,000, but the profit is high, Rp 2,267,500 per month or Rp 27,210,000 per year. By the first year, Ryu-San Shop covers its initial investment, and gains profit of Rp 2,860,000. The NPV for Ryu-San Shop is above zero, which means this business is feasible.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE.....	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
FRONT COVER OF BUSINESS PLAN	iii
APPROVAL PAGE	iv
TABLE OF CONTENTS.....	v
ABSTRACT	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
CHAPTER I. THE BACKGROUND.....	1
CHAPTER II. MARKETING ASPECT.....	6
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT	11
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCES ASPECT.....	16
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT	20
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES:	

APPENDIX 1. STYLE TOP

APPENDIX 2. TRENDY FASHION

APPENDIX 3. CASUAL GIRLS

APPENDIX 4. LV COSMIC BLOSSOM

APPENDIX 5. LV NEVERFULL GEISHA MONOGRAM

APPENDIX 6. LV ALMA MULTICOLOR