

Abstract

Era globalisasi ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang ada di Indonesia tetapi dari hasil pengamatan saya, pengusaha di Bandung yang mengembangkan usaha garmen belum banyak.

Oleh karena itu saya berminat untuk menggeluti usaha garmen karena saya melihat peluang usaha ini akan memberikan masa depan yang baik. PT. Busana Terus Jaya adalah perusahaan garmen yang memiliki visi untuk bersaing di pasar internasional dengan memproduksi pakaian yang berkualitas tinggi.

PT. Busana Terus Jaya mampu memproduksi pakaian dengan desain dan kuantiti sesuai dengan permintaan pembeli dan mampu memproduksi model yang rumit. Kekurangannya adalah jika kuantiti yang diminta pembeli lebih rendah dari jumlah order minimal, namun perusahaan tetap memproduksinya sehingga harganya menjadi lebih mahal. Pertumbuhan industri garment domestik adalah 6-8% per tahun, maka ini adalah peluang bagi PT. Busana Terus Jaya. Ancaman dari bisnis ini adalah saingan dari industri garmen lainnya di dunia seperti Cina, Bangladesh, India atau Vietnam.

Tujuan utama dalam menjalankan bisnis garmen ini adalah selain mencari laba juga untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, karena dalam kondisi pasar yang kompetitif, preferensi dan loyalitas pelanggan adalah kunci kesuksesan.

Berdasarkan hasil analisis keuangan, *Net Present Value* selama 2 tahun adalah sebesar Rp. 5,413,472,918,00 dan *Payback Period* yang dibutuhkan untuk mencapai *Break Even Point* adalah selama 3 tahun 1 bulan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis garmen ini layak untuk dijalankan.

Executive Summary

Indonesian garment industries are recovering after the crisis in 2008 and the fall of garment industries in 1998. This condition gives a promising opportunity for starting a new business in the garment industry. PT. BUSANA TERUS JAYA takes this opportunity and tries to participate in the business world in Indonesia by exporting high quality products. In 2008, Indonesia was the 8th largest clothing exporter after China, Hong Kong, Turkey, India, Bangladesh and Vietnam. PT. BUSANA TERUS JAYA believes that it can help Indonesia to higher this rank by increasing the clothing export quantity.

The target market of PT. BUSANA TERUS JAYA is the branded buyers from Europe, Asia, and The United States which like buying clothes in a low price with a premium quality. The differentiation of the products is that it combines knitting and woven. The company produces simple to complicated design that has more than 50 processes from the buyers with very competitive price which is \$12 only.

PT. BUSANA TERUS JAYA will be located in Majalengka because the labor cost is 30% lower than in Bandung. Therefore, the price of the products will be much cheaper and affordable. The initial investment is 29 billion rupiahs, PT. BUSANA TERUS JAYA is estimated to reach the breakeven point in only

3 years and 1 month, and will get the benefit of approximately 20 billion rupiahs per annum.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE	
.....	i
DECLARATION OF ORIGINALITY.....	ii
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN.....	iii
APPROVAL PAGE.....	iv
TABLE OF CONTENTS.....	v
ABSTRACT.....	vi
EXECUTIVE SUMMARY.....	vii
CHAPTER I. THE BACKGROUND.....	1
CHAPTER II. MARKETING ASPECT.....	6
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT.....	11
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCES ASPECT.....	18
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT.....	39
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES	