

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Bidang industri kreatif, dewasa ini semakin pesat saja perkembangannya. Salah satunya adalah industri *fashion* yang selalu berubah dan melahirkan inovasi-inovasi terbaru.

Industri *fashion* sendiri, memiliki turunan bisnis yang beragam, seperti: baju, celana, jaket, topi, tas, kacamata, dan lain-lain. Di antara beragam turunan tersebut, kami memilih untuk menspesialisasikan diri pada bidang pakaian, khususnya baju.

Latar belakang kami memilih bidang baju, adalah karena bidang tersebut, termasuk dalam kebutuhan sandang setiap orang, yang mana sudah menjadi kebutuhan primer, selain makanan dan tempat tinggal.

Kebutuhan masyarakat akan sandang inilah, yang membuat bidang ini menarik untuk didalami lebih jauh, karena memiliki pangsa pasar yang abadi.

Karena adanya peluang yang besar, banyak orang juga tertarik untuk menjalankan bisnis pakaian ini, yang membuat persaingan menjadi lebih ketat. Untuk itulah diperlukan inovasi dan kreativitas berbeda yang dapat memberi keunggulan produk terhadap para pesaing.

Perbedaan produk kami dari pesaing adalah:

- a. Proses produksi yang bisa “*custom*” sehingga bisa fleksibel mengikuti kemauan konsumen, dalam hal: desain sablon, desain bordir, aplikasi aksesoris, bentuk pola, jenis jahitan, dan sebagainya.

b. Fleksibel mengikuti kemauan konsumen, dalam hal jumlah minimal *quantity* pembuatan sebuah baju. karena biasanya para pesaing menetapkan *minimal order* sebesar 10 lusin, sedangkan kami melayani pemesanan baju untuk 1 *pieces* sekalipun.

Tentunya, kreativitas dalam produk *custom* tersebut, membutuhkan *skill* khusus, di dalam pengerjaannya. Dalam hal ini, penulis didukung dari *skill* khusus yang diwarisi dari orang tua, yang telah menekuni bidang tersebut selama hampir 30 tahun.

Jenis produk yang kami tekuni adalah: baju *T-shirt* dan *Polo shirt*. untuk target pasar, kami menysasar perusahaan dan berbagai instansi, yang membutuhkan baju untuk berbagai keperluan, seperti misalnya: seragam untuk para karyawan, dan kaos promosi perusahaan yang dapat digunakan juga sebagai media promosi perusahaan, dalam berbagai *event* tertentu.

Sedangkan untuk potensi pasar yang dapat dikembangkan, yaitu melalui: berbagai *event* promosi perusahaan (dapat juga bekerjasama dengan para *event organizer*), dan masuk ke berbagai komunitas yang membutuhkan baju sebagai penanda identitas mereka, contoh: komunitas klub mobil, komunitas lari, komunitas motor besar, dan sebagainya.

Untuk strategi pemasarannya, kami menggunakan 3 jenis, yaitu:

a. *Personal Selling*

Dengan cara pemasaran menjemput bola, yaitu mendatangi langsung perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi terkait yang membutuhkan produk baju (Cara pemasaran dengan membawa katalog yang berisi desain-desain baju, contoh baju yang pernah dibuat, dan sampel jenis bahan yang akan digunakan).

b. *Telephone Marketing*

Melakukan pemasaran melalui teknik menelepon kepada relasi-relasi terdekat (keluarga, saudara, teman, kerabat, dan sebagainya), kepada daftar nama referensi, dan juga kepada perusahaan dan instansi yang belum dikenal, dengan cara membuat daftar nomor telepon yang diambil dari buku *yellow pages*.

c. Promosi melalui media sosial

Jenis promosi yang dilakukan melalui berbagai media sosial yang ada, seperti: *BBM, Line, WhatsApp, Facebook*, dan lain-lain. Bentuk promosi bisa dengan cara *update status, broadcast message*, dan pemasangan foto contoh jenis produk pada *profile photo*. Bila ada respon dari konsumen, proses promosi dilanjutkan dengan cara *personal selling*.

Dari segi kelayakan investasi, untuk mendirikan usaha ini, diperkirakan memerlukan modal awal sebesar Rp 30 juta, yang mana sebagian besar digunakan untuk membeli bahan baku, hampir sekitar 50%, dan sisanya untuk membiayai proses produksi & pengiriman, sampai menjadi suatu produk akhir baju, yang diinginkan oleh konsumen.

Perhitungan keuntungan dari bisnis ini adalah sebesar 45,44 % - 62,92 % dari modal pokok, dengan asumsi tersebut, tingkat *BEP (Break Even Point)*, akan tercapai kurang lebih sekitar 4,38 bulan.

Dasar perhitungan ini didapat dari hasil perhitungan *Payback Period* Nuansa Indah, dengan cara modal awal dibagi *Operational Cash Flow* tahun ke-1, dan setelahnya dikalikan 12 bulan.

Dilihat dari perhitungan tersebut, menurut kami bisnis ini layak dijalankan, karena memiliki modal yang tidak terlalu besar, dan mempunyai tingkat *BEP* yang cepat, yaitu 4,38 bulan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Untuk penjelasan mengenai deskripsi bisnis yang akan kami jalankan adalah: sebuah usaha yang bergerak di dalam bidang *clothing*/ pembuatan pakaian, dengan nama: Nuansa Indah. Usaha ini bergerak dalam bidang industri kreatif yang terus berkembang dan melahirkan inovasi-inovasi terbaru. Jumlah pesaing yang ada di dalam bidang ini, terbilang cukup banyak. Oleh karena itu, agar mempunyai keunggulan dalam daya saing, perusahaan kami berfokus pada cara pembuatan/ proses produksi baju yang bisa fleksibel mengikuti kemauan konsumen. Dengan cara tersebut, kami dapat lebih mengerti dan memahami akan kemauan konsumen.

Nama bisnis: Nuansa Indah

Arti dari nama tersebut adalah “Kesan yang Indah”, yang mana kami bermaksud untuk selalu menghadirkan produk-produk dengan kualitas terbaik, yang membuat konsumen merasa puas, dan meninggalkan kesan yang indah dalam benak konsumen.

Logo Perusahaan Nuansa Indah



Gambar 1.1
Logo Usaha

Bentuk Kepemilikan: Perseorangan

Perizinan:

1. Izin Surat Ijin Usaha Kecil
2. Izin Tanda Daftar Perusahaan Perseorangan

Visi Nuansa Indah

- Menjadi *trendsetter* untuk inovasi-inovasi terbaru produk baju, yang bisa dibuat *custom*.

Misi Nuansa Indah

- Memberikan produk-produk terunik, teraneh, dan inovasi terbaru kepada konsumen yang ingin memesan baju secara *custom*.
- Kesesuaian produk yang “*made by order*” dengan keinginan & kepribadian masing-masing konsumen.
- Menempatkan konsumen sebagai prioritas.

- Memberikan harga terjangkau bagi konsumen.

Alamat Perusahaan:

Jln. Sumber Resik 1-17, Kompleks Sumber Sari, Bandung.

