

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Perkembangan teknologi yang begitu pesat belakangan ini membawa banyak sekali perubahan dalam bisnis. Beberapa bisnis baru berkembang seiring berkembangnya teknologi, meskipun beberapa bisnis yang sudah lama juga banyak yang jatuh karena kemajuan teknologi. Banyak Inovasi-inovasi di berbagai bidang membawa peluang baru untuk memenangkan persaingan yang masih menggunakan teknologi lama. Selain itu, kemajuan teknologi juga membawa dampak yang besar terhadap media sosial. Komunikasi yang dulunya dihalangi jarak sudah terkikis oleh teknologi. Begitu pula harga yang harus dibayar untuk penggunaan teknologi semakin terjangkau, sehingga hampir setiap lingkungan sosial seseorang tidak bisa lepas dari teknologi. Alternatif penjualan *online* yang terus meningkat tiap tahunnya karena sosialisasi tidak terlepas dari teknologi. *Generasi Y* adalah salah satu contoh generasi yang melakukan sosialisasinya tidak dapat terpisahkan diri dari teknologi, mereka lebih banyak melakukan pembelian secara *online* untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam industri *garment*, teknologi mulai mengubah cara beroperasi perusahaan. Kini dengan adanya *Printer DTG*, kaos polos bisa *diprint* dengan hasil yang lebih detail dibandingkan menggunakan *sablon*. Meskipun biaya per *print* kaos menjadi lebih mahal, namun biaya tersebut masih lebih murah dibandingkan *mensablon* dengan kuantitas 1 desain untuk 1 kaos saja.

Berdasarkan informasi di atas, penulis melihat peluang bisnis dalam bisnis kaos *online*. Penulis bisa memanfaatkan relasi penulis untuk mendapatkan kain

katun sebagai bahan baku kaos dan mensablon kaos dengan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing. Penulis bisa mensablon desain gambar yang banyak diminati dipasaran, tetapi juga mengambil potensi pasar dari desain yang hanya sedikit permintaannya menggunakan *Printer DTG*. Penulis melihat *Generation Y* (orang yang lahir awal 1980 hingga awal 2000) lebih "narsis" dan ingin menunjukkan perbedaan daripada sekitarnya dalam hal tampilan, sehingga pakaian yang dipakai cenderung berbeda desain pada umum. Berdasarkan informasi tersebut, penulis mengambil kesimpulan desain pada gambar kaos menjadi sangat bervariasi untuk *Generation Y*, sehingga cocok dengan penggunaan teknologi *Printer DTG* yang terhitung lebih murah bila kuantitasnya sedikit.

Persaingan dengan menggunakan teknologi *Printer DTG* di luar Indonesia mungkin sudah ketat, namun di Indonesia sendiri masih banyak celah. Penjualan secara *online* juga terus berkembang tiap tahunnya di Indonesia. Penulis memiliki ide untuk menyatukan konsep desain-desain personal yang mungkin sesuai dengan orang atau kelompok tertentu bisa dipertemukan. Perusahaan bisa mendapatkan berbagai keunggulan seperti mendapatkan potensi pasar *Generation Y*, potensi pasar yang umum (desain gambar yang sudah umum), potensi penjualan *online* yang masih terus meningkat sehingga target pasar bisa lebih banyak tiap tahunnya dibandingkan pesaing yang masih menggunakan penjualan secara langsung, biaya yang lebih kecil (bahan baku yang dibeli lebih murah karena relasi penulis), dan tidak memerlukan tempat yang besar karena proses pembuatan kaos diserahkan kepada relasi penulis.

Strategi pemasaran perusahaan menggunakan sistem poin. Perusahaan akan membuka situs yang dapat menampung orang-orang menjadi anggota perusahaan atau *member* keanggotaan perusahaan. Mereka dapat meng-*upload* desain gambar untuk kaos serta mendapatkan poin setiap karya mereka dipilih sebagai desain kaos pembeli. Poin kemudian bisa ditukar dengan pulsa, ditransfer ke rekening (uang) bila sudah mencapai poin tertentu, atau dijadikan diskon untuk pembelian produk perusahaan. Sistem poin ini dibentuk agar para anggota perusahaan mempromosikan produk. Pembeli dapat meninggalkan testimoni pada situs perusahaan. Hal ini dilakukan dari pembeli secara bebas, namun perusahaan memberlakukan khusus kepada diskon kepada pembeli yang memberikan testimoni seperti memberikan diskon pada pembelian berikutnya. Perusahaan berharap dengan adanya sistem poin dan testimoni, promosi *Word of Mouth (WOM)* dapat berjalan efektif dan efisien.

Dari segi kelayakan investasi, usaha ini memerlukan modal Rp76.050.000. Sebagian besar untuk membiaya pembelian peralatan *Printer DTG* serta pembelian bahan baku kain. Sisanya digunakan untuk membeli kendaraan motor, membayar uang sewa, peralatan-peralatan, dsb.

Margin keuntungan dari bisnis ini adalah sebesar 30%-60% dari harga pokok penjualan. Bila menggunakan metode *Payback Period*, maka *BEP (Break Even Point)* akan tercapai sekitar 11 bulan.

Meskipun *BEP* terhitung hampir 1 tahun dan bermodal cukup besar, menurut penulis hal itu layak dijalankan karena bisnis kaos dapat bertahan pada umumnya dapat bertahan bertahun-tahun. Modal dan waktu *BEP* yang cukup

tinggi dan lama bisa tergantikan dengan lamanya umur perusahaan. Dalam *business plan* ini, umur perusahaan hanya diasumsikan 3 tahun.

1.2. Deskripsi Bisnis

Usaha ini bergerak dalam bidang *garment*. Fokus produk pada desain di tiap kaosnya. Perusahaan bisa *flexibel* dalam hal desain gambar pada kaos. Harga produk juga bisa lebih murah dibandingkan pesaing yang menggunakan bahan katun.

- Nama Perusahaan : Kanvas Kaos

Kanvas Kaos diambil dari kata Kaos yang merupakan bentuk produk perusahaan yang semuanya berbentuk kaos. Kanvas yang dapat diartikan wadah untuk berkarya. Karena perusahaan bisa memproduksi desain yang berasal dari perusahaan, anggota perusahaan, atau keinginan pembeli, seperti kanvas yang merupakan kain putih dan merupakan layar sebuah karya lukisan indah.

- Logo perusahaan



Gambar 1.1 Logo Perusahaan Kanvas Kaos

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

Bentuk kepemilikan perusahaan merupakan perseorangan dengan perizinan sebagai berikut :

1. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
 2. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Visi Perusahaan
 - Menjadi perusahaan yang terus berinovasi dalam setiap karya desain pada kaos serta terjangkau untuk sebagian besar kalangan.
 - Misi Perusahaan
 - Memenuhi permintaan kaos dengan harga yang murah.
 - Memenuhi permintaan kaos dengan desain kaos yang *custom* atau umum.
 - Berorientasi pada keinginan konsumen sebagai prioritas.
 - Alamat Perusahaan

Jalan Babakan Cibeureum 56a, Bandung