

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Sudah tidak asing mendengar berita tentang suatu perusahaan yang berhasil menguasai pasar dan mampu mengeruk keuntungan besar dari hasil penjualan produknya. Namun di lain sisi juga terdapat perusahaan yang menyatakan kebangkrutan suatu bisnis karena tidak mampu bersaing di pasar atau karena produknya tidak diminati oleh pasar. Keberhasilan dan kegagalan seperti uraian di atas merupakan kenyataan yang dapat dialami oleh suatu usaha. Dimana di dalam dunia usaha berkaitan erat dengan persaingan, peluang, tantangan, kegairahan maupun kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha. Konsep usaha yang terencana dengan baik merupakan salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan agar suatu usaha dapat berhasil dan terus berkembang.

Saat ini perkembangan teknologi internet sudah mulai digunakan untuk merambah dan memajukan dunia bisnis. Salah satu teknologi internet yang perkembangannya semakin pesat adalah *social media*, melalui *social media* setiap orang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia tanpa dibatasi ruang. Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan anda untuk mengenal pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan (Clayman, 2015). Setiap harinya jumlah pengguna *social media* semakin bertambah, pada tahun 2012 terdapat 1,47 miliar pengguna *social media*

media dan meningkat menjadi 1,73 miliar pengguna di tahun 2013. Jumlah tersebut diperkirakan akan terus meningkat menjadi 3,6 miliar di tahun 2017, hal ini selaras dengan kenaikan yang terjadi pada tahun-tahun sebelumnya (informatics-media, 2013).

Konsep bisnis yang dijalankan oleh perusahaan adalah bisnis pakaian dengan basis penjualan *social media* dengan menggunakan merek dagang Bovardi. Perusahaan memilih produk pakaian karena dewasa ini pakaian tidak hanya diartikan sebagai kebutuhan primer saja melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, khususnya bagi kaum remaja. Berangkat dari keadaan tersebut, perusahaan melihat bahwa bisnis pakaian merupakan bidang usaha yang menjanjikan.

Sedangkan pemilihan penjualan *social media* didasarkan pada keadaan dimana perkembangan bisnis saat ini telah sangat dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang teknologi, sistem informasi, dan komunikasi. maupun bidang ilmu manajemen. Selain itu pemilihan penjualan sosial media ini juga dipilih mengingat adanya keterbatasan modal dan dapat menekan biaya sewa toko dan lainnya.

Bovardi merupakan usaha yang didirikan oleh Nita Chandra dan Raymond Edison pada akhir tahun 2015. Produk yang ditawarkan oleh Bovardi adalah pakaian untuk remaja pria dan wanita dengan berbagai ukuran. Bovardi adalah *brand* lokal yang menawarkan pakaian dengan model yang *simple* namun tetap terlihat *elegant*. Bovardi sendiri memiliki beberapa pesaing seperti Maxon Basic Clothing yang

menjual baju bercorak tribal, NYLE Clothing yang memiliki *design* khusus untuk acara konser tertentu, dan RnC Clothes yang menjual baju bertuliskan S.W.A.G dan mempunyai model baju yang sama dengan Bovardi yaitu model baju *streetwear*, dan merek lokal lainnya. Mengingat tingginya tingkat persaingan tersebut, Bovardi perlu memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan para pesaing lainnya. Bovardi memiliki *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang dibagi berdasarkan pembagian demografis dan geografis. *Target market* kami adalah remaja pria dan wanita kelas menengah. Bovardi ditawarkan dengan harga yang terjangkau oleh perusahaan kami yaitu berkisar antara Rp 89.000 sampai dengan Rp 150.000 per potong.

Strategi pemasaran Bovardi dilakukan melalui beberapa *social media*, seperti Instagram, Facebook, Line, dan BBM (BlackBerry Messenger). Hal ini dikarenakan menurut kami pemasaran *social media* tersebut sangat efektif untuk menarik *target market* kami. Kami melihat bahwa dewasa ini banyak remaja yang gemar menggunakan *social media*. Selain itu, Bovardi juga bekerja sama dengan *reseller*. Dimana *reseller* yang membeli minimal enam pcs atau lebih akan mendapatkan potongan harga. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan Bovardi.

Bovardi tergolong bisnis kecil menengah dan bersifat *home industry*, sehingga peralatan yang digunakan dapat mudah ditemui dimanapun sehingga memudahkan dalam menjalankan bisnis ini. Kegiatan usaha Bovardi terdiri dari 3 bagian yang berbeda-beda, bagian pertama yaitu menyiapkan bahan-bahan kain yang hendak

digunakan untuk produksi, bagian penyimpanan *stock* baju *ready to wear*, dan bagian pengemasan produk. Bagian kedua adalah bagian yang bertugas memegang kendali *social media* untuk berhubungan dengan konsumen, bagian pencatatan pesanan, dan bertugas untuk bagian pengiriman produk. Bagian ketiga adalah bagian produksi yang membuat dari kain sampai pada bentuk produk jadi, diserahkan kepada penjahit.

Total pembiayaan atau modal awal yang dibutuhkan Bovardi adalah sebesar Rp 45.837.000 terdiri dari aktiva lancar dan modal tetap. Sumber dana tersebut didapat dari kedua pemilik yang menyetorkan modal sebesar total pembiayaan awal berdirinya Bovardi.

Bisnis pakaian pada masa mendatang akan masih sangat prospektif, sebab sandang merupakan kebutuhan pokok. Masyarakat senang memperhatikan *trend* busana sehingga gaya hidup pun menjadi tinggi yang berakibat pada tingginya permintaan terhadap produk pakaian jadi khususnya para remaja. Dengan terus berkembangnya pengguna *social media*, maka strategi pemasaran untuk Bovardi memiliki prospek yang bagus.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama usaha yang dijalankan adalah Bovardi dengan pendiri yang bernama Nita Chandra dan Raymond Edison. Nama Bovardi ini diambil dari kata *Bouvardia*, yang diambil dari nama salah satu jenis bunga, yang memiliki arti bunga yang mekar. Alasan penggunaan nama *Bouvardia*, karena keinginan pemilik ingin bisnis tersebut

terus merekah seperti mekarnya bunga Bouvardia. Dari nama Bouvardia diperbaharui menjadi Bovardi agar lebih mudah dibaca atau diingat. Pada logo Bovardi sederhana, terdiri dari bentuk persegi dan di dalamnya terdapat tulisan Bovardi. Alasan pemilihan kombinasi warna hanya hitam dan putih, karena memberikan arti yang *simple* tetapi *elegant* di mata konsumen. Berikut tampilan dari logo Bovardi :



Gambar 1 Logo Bovardi

Sumber: Internal Perusahaan(2015)

Bentuk kepemilikannya dari usaha Bovardi yaitu firma karena usaha ini dijalankan oleh dua pemilik. Perizinan yang dibutuhkan :

- Pendaftaran merek dagang
- Surat izin usaha kecil menengah
- Tanda daftar perusahaan firma

Bovardi memiliki visi dan misi yang diharapkan dapat menjadi pedoman untuk berkembangnya bisnis ini menjadi semakin lebih baik.

Visi Bovardi :

- ingin menjadi salah satu *brand local* yang terbaik di Indonesia

Misi Bovardi :

- selalu kreatif dengan model-model terbaru
- menciptakan inovasi-inovasi baru untuk menarik perhatian konsumen
- menjaga kualitas produk

Lokasi dari Bovardi ini berlokasi di Jalan Muara Timur No.5 Bandung Jawa Barat yang merupakan saat ini adalah tempat tinggal pengusaha sendiri. Konsumen dapat membeli produk kami secara langsung ke alamat tersebut selain itu juga kami melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Line, Blackberry atau juga bisa berupa pesan dan juga dapat telephone langsung ke nomor yang sudah disediakan, dengan menggunakan jasa dari pihak JNE (Jalur Nugraha Ekakurir).