

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Tampil cantik dan *trendy* tentunya merupakan keinginan dari setiap wanita, maka kebanyakan dari wanita selalu memperhatikan penampilan yang digunakan untuk terlihat lebih *uptodate* dan tidak berpenampilan itu itu saja atau monoton. Istilah *fashion* sering digunakan dalam arti positif, sebagai sinonim untuk *glamour*.

Perkembangan dunia *fashion* terus mengalami berbagai perubahan secara terus menerus melalui produk yang dihasilkan disainer dan dipasarkan oleh produsen. *Fashion* atau mode semakin menjadi industri yang menguntungkan di dunia internasional seperti munculnya rumah-rumah mode terkenal di dunia dan majalah *fashion*. Perkembangan tren *fashion* di Indonesia cenderung meniru gaya Barat baik itu dalam bahan maupun dalam desain seperti meniru budaya Eropa. Tren *fashion* di Indonesia telah berkembang dengan baik dalam sejarah, dahulu sepatu hanya sekedar pelindung kaki semata. Namun kini, sepatu memberikan andil yang sangat besar dalam menunjang penampilan. Tidak hanya diluar negeri, di dalam negeri sendiri sepatu sudah menjadi sebuah kebutuhan dan barang yang harus dimiliki untuk mendukung penampilan seseorang.

Wanita rata-rata memiliki lebih dari sepasang sepatu. Hal ini sangat lumrah, karena begitu pentingnya sepatu bagi penampilan seorang wanita. Sebagus apapun tata rias yang digunakan, seindah apapun gaun yang melekat di tubuh, akan kelihatan lucu jika tidak ada sepatu yang menyertainya. Namun

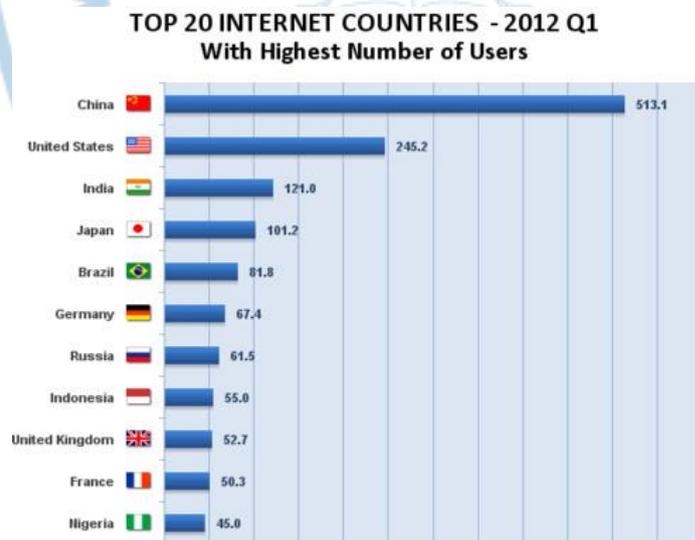
banyak juga wanita memiliki sepatu hanya untuk koleksi pribadi yang kadang-kadang sangat jarang digunakan.

Pertumbuhan *fashion* yang semakin membaik membuat peluang akan pasar *fashion* memiliki peluang yang sangat besar. Melihat peluang-peluang yang ada penulis menciptakan brand *Comfort Shoes*. Konsep *Comfort Shoes* menghadirkan produk *fashion* wanita dengan harga yang terjangkau untuk wanita yang gemar mengoleksi sepatu tentunya bisa di *custom* sesuai dengan keinginan konsumen seperti warna, bentuk, dan sesuai tinggi hak yang diinginkan. Sepatu yang ditawarkan oleh *Comfort Shoes* dari segi harga mulai dari harga Rp. 450.000 hingga mencapai Rp. 800.000. *Comfort Shoes* lebih berfokus pada kalangan ekonomi menengah ke atas karena produk bersifat *eksklusif* sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan pendapatan konsumen. Target konsumen *Comfort Shoes* adalah konsumen yang sangat memperhatikan penampilan dengan rentan usia 17-30 tahun.

Dalam rancangan Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) ini, penulis ingin mengemukakan mengenai gagasan bisnis sepatu wanita yang bersifat Modular (dapat diganti dan di ubah sesuai dengan kebutuhan). Gagasan pokok modular desain adalah untuk mengembangkan serangkaian komponen-komponen produk dasar yang dapat dirakit menjadi sejumlah besar produk yang berbeda-beda <http://www.adipriyono.net>. Desain modular dengan bagian yang terpisah-pisah, memungkinkan perusahaan untuk melakukan reparasi, pemeliharaan atau penggantian salah satu modul atau komponen yang rusak (Wicaksi,2012). Hal ini memudahkan para pengguna sepatu untuk dapat melakukan *mix and match* untuk

dapat memudahkan penggunaan sepatu dalam aktivitas sehari-hari. Keunikan dari *Comfort Shoes* di saat konsumen membeli produk diberi dua sol misalnya yang berukuran 5cm dan 10cm untuk bisa dilepas pasang sesuai dengan suasana hati konsumen.

Dalam pengoperasian pemasaran, *Comfort Shoes* menggunakan *online* sosial media karena didukung dengan adanya perkembangan komunikasi dan internet yang semakin pesat di era globalisasi ini. Saat ini media elektronik menjadi salah satu media yang sangat diandalkan untuk melakukan komunikasi maupun bisnis. Para pengusaha kecil, menengah, maupun besar, banyak yang menggunakan dan memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai sarana untuk memenangkan dan memajukan bisnis.



Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Asia

Sumber: *Internet World Stats* (<http://www.internetworldstats.com>)

Menurut data terbaru yang diambil dari *internet world statistic*, jumlah pengguna internet Indonesia pada akhir tahun 2012 mencapai 55 juta atau sekitar 22,4% dari jumlah penduduk Indonesia. Situs jual beli di Indonesia sebenarnya sudah lama bermunculan, namun belakangan ini situs jual beli semakin marak. Banyak orang yang tertarik untuk melakukan jual beli secara *online* di situs jual beli *online*. Melalui situs jual beli ini, pengusaha dapat menjangkau target *market* yang jauh lebih luas dengan biaya yang lebih murah. Banyak pengusaha yang memasarkan barang dagangan maupun jasa secara *online*. Para pengusaha tersebut dapat memanfaatkan fasilitas situs-situs forum dan jejaring sosial untuk memasarkan barang maupun jasanya secara *online*, seperti facebook, lazada, lazada.co.id, olx.com, zalora.com, bhinneka.com.

Comfort Shoes memilih menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook* karena pengguna *instagram* memiliki kecenderungan berbelanja yang lebih bila dibandingkan dengan channel social media lainnya <http://www.yuvalianda.com> dan *instagram* bekerjasama dengan *facebook* sehingga secara *automatic* bisa membuat berita-berita yang kita sebarakan bisa juga masuk ke dalam *facebook*.

Comfort shoes juga akan mencoba menyewa *stand* yang biasa disediakan selama tiga hari untuk promosi penjualan dan memberikan *member card* kepada konsumen dengan syarat dengan pembelian 4 pasang sepatu secara langsung atau setelah pembelian empat pasang sepatu dan juga akan memberikan diskon 10% untuk setiap kali pembelian. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan lagi sesuai dengan perkembangan lingkungan pasar, dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan

terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Setelah pembukaan *stand* secara terus menerus dan penjualan di sosial media berhasil *Comfort Shoes* akan merencanakan pembukaan *store* dikota Jambi karena penjual sepatu yang ada di Jambi tidak banyak sehingga mampu bersaing dan ini menjadi peluang untuk *Comfort Shoes* memasuki pasar. *Comfort Shoes* ingin mencoba mengembangkan kota Jambi sebagai kota yang selalu di cari jika ingin mengoleksi dan membeli sepatu seperti kota Bandung yang mana merupakan pusatnya sepatu murah.

Berdasarkan perhitungan untuk kelayakan investasi, *Comfort Shoes* memiliki perkiraan penjualan dalam 5 tahun yaitu pada tahun 2018 –2022. Pada tahun 2018 penjualan sebesar Rp.160.382.128,25, tahun 2019 penjualan sebesar Rp.568.050.827,08 , tahun 2020 penjualan sebesar Rp.1.364.439.816,66 , tahun 2021 penjualan sebesar Rp.2.457.251.301,53, tahun 2022 penjualan sebesar Rp.4.203.195.405,42. Nilai tersebut memperlihatkan pertumbuhan usaha ini .

Untuk perhitungan *net present value* diperoleh dengan nilai Rp.581.385.153>0 sehingga perusaan ini layak untuk diterima. *Payback period* yang diperoleh dari hasil perhitungan proyek perusahaan ini layak untuk dijalankan karena jangka waktu pengembaliannya lebih singkat dari yang disyaratkannya itu hanya 5 tahun lebih.

1.2 Deskripsi Bisnis

Dalam suatu usaha bisnis baik itu bidang barang maupun jasa pasti memiliki merek/ *brand* yang berbeda dengan para pesaing. Penulis memilih nama “*Comfort*

Shoes” sebagai merek atau *brand* dari produk sepatu yang dibuat. Penulis memiliki harapan bahwa produk *Comfort Shoes* yang dijual dapat dikenal dan disukai oleh pasar seperti arti namanya. Selain memiliki merek, usaha bisnis yang baik juga harus mempunyai logo (biasanya gambar) agar mudah diingat oleh konsumen. Berikut logo dari “*Comfort Shoes*” :

Nama Usaha : Comfort Shoes



Gambar 1.2 Logo *Comfort Shoes*

Logo

- Salah satu alasan nama *Comfort Shoes* dipilih sebagai Logo dari produk, *Comfort Shoes* ingin membuat konsumen penasaran nyaman apakah sepatu yang di produksi oleh *Comfort Shoes*.
- Logo *Comfort Shoes* dibuat untuk melambangkan kenyamanan dari sepatu.
- Untuk membuat konsumen terintimidasi dengan kata “Comfort” nyaman dipakai dan kepuasan dalam membeli.

Visi

- Menjadi produk lokal yang berkualitas dan selalu dicari oleh konsumen jika ingin menambah koleksi sepatu.

Misi

- Selalu menginovasikan produk untuk mengikuti perkembangan *fashion* dan *trend*.
- Selalu memberikan kualitas yang terbaik agar selalu diminati oleh banyak orang.
- Menjadi bisnis online yang Go International.

Lokasi : *Comfort Shoes* memilih lokasi di Jalan Sukamekar 3 No. 35 yang berada berdekatan dengan Universitas Maranatha yang terletak di belakang parkir motor Universitas Maranatha, alasan memilih lokasi tersebut karena tidak jauh dari tempat pengiriman TIKI untuk mempermudah dalam pengiriman barang, dan juga alasan memilih lokasi yang berdekatan dengan Universitas Maranatha karena target pasar yaitu jumlah mahasiswi di Maranatha cukup banyak dan mahasiswi-mahsiswi Maranatha sangat *uptodate* dan *fashionable* dilihat dari cara berpakaian dan barang-barang *branded* yang dipakai.

1.3. Bentuk Kepemilikan

CV adalah kepanjangan dari *commaditaire vennotschap* dalam bahasa Belanda. CV merupakan persekutuan bisnis yang didirikan oleh 2 orang atau lebih yang menyerahkan sekaligus memercayakan uangnya untuk kemudian digunakan sebagai modal CV. Perseroan ini bisa dianggap sebagai perluasan dari bentuk perusahaan perseorangan. <http://dosenekonomi.com>.

Alasan *Comfort Shoes* memilih bentuk usaha CV karena Biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan CV lebih murah. <https://pendirianptcv.com> Biaya Pendirian CV, Rp. 5.000.000,- Lama proses pembuatan CV : 35 hari kerja. Biaya sudah termasuk: Akta pendirian CV, Domisili, NPWP dan Surat keterangan terdaftar sebagai wajib pajak, Pendaftaran ke Pengadilan Negeri, SIUP dan TDP dan pemilik bisa ikut serta dalam mengelola perusahaan, baik Internal maupun Eksternal. *Comfort Shoes* terdiri dari satu pemilik (*Owner*) yang menginvestasi dananya, dibantu oleh 1 manajer, 4 dibagian produksi yaitu 1 bagian desain dan 3 pengrajin, 1 bagian administrasi dan keuangan, dan 1 dibagian marketing.

