BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Bisnis pakaian adalah salah satu dari tiga bisnis yang tidak akan pernah surut karena merupakan kebutuhan pokok manusia yaitu sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (properti). Peluang pasar dari bisnis pakaian masih sangat luas dan potensial untuk dimaksimalkan. Tingginya persaingan dalam bisnis pakaian dan modal sering menjadi kendala bagi seseorang untuk memulai bisnis pakaian.

Sudah menjadi hukum alam bahwa sesuatu yang menarik dan potensial akan banyak orang yang terjun didalamnya, seperti halnya bisnis pakaian ini. Salah satu cara memenangkan pesaingan adalah dengan membangun *brand*/merek produk yang kuat. Dalam kenyataannya, membangun merek ini membutuhkan proses yang panjang dan membutuhkan modal yang besar.

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia belakangan ini semakin pesat. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya orang yang mulai menggeluti bisnis ini. Perkembangan ini tidak terlepas dari pengaruh teknologi dan jumlah pengguna internet yang terus berkembang di Indonesia.

Konsep bisnis yang dijalankan adalah bisnis pakaian yang dinamakan EMJ, sebuah *clothing line* (bisnis pakaian) dengan basis penjualan media sosial. Alasan memilih bisnis ini, karena bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis yang tidak akan pernah surut karena merupakan kebutuhan pokok individu atau manusia selain

makanan dan tempat tinggal. Sebagian besar masyarakat Indonesia gemar berbelanja *online* karena kemudahannya untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan dengan cepat. Maka dari itu Indonesia menyimpan banyak potensi yang mampu membawa perkembangan ekonomi dan bisnis dengan baik, dalam skala kecil maupun skala besar.

Nama usaha yang dijalankan ini bernama EMJ dimulai pada tahun 2012. EMJ memiliki singkatan Edward Momon Jeans. Edward berasal dari nama pemilik pertama yaitu Edward, Momon berasal dari nama pemilik kedua yaitu Raymond yang disingkat dengan nama pendek Momon, dan Jeans berasal dari konsep dari EMJ *clothing line* ini menjual pakaian *simple* berjenis *streetwear* yang sangat cocok dipadukan dengan celana jeans, lalu kedepannya EMJ akan memproduksi celana jeans.

Produk pakaian dari EMJ ini lebih terlihat dalam bentuk pakaian bermodel *streetwear* yang disertai berbagai macam tulisan kata di setiap produk bajunya. Terdapat beberapa pesaing dari EMJ seperti Denim n Reality (DnR) yang menjual baju *simple* bercorak tulisan, Original Quzzy yang menjual baju simple bercorak serta jaket *hoodie* simple bercorak, Morrys Portland yang menjual baju, jaket, serta sweater *simple* maupun yang bercorak, LOCALE yang menjual baju, jaket, serta sweater *simple* maupun yang bercorak. Karena tingkat persaingan yang tinggi dari *local brand* lain EMJ harus memiliki model dan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lainnya, selain itu model dari baju EMJ harus selalu diperbaharui agar konsumen tetap loyal membeli produk EMJ. Penambahan jenis produk jual EMJ pun

harus dikembangkan kedepannya. Kualitas bahan EMJ sangatlah baik dengan harga yang terjangkau, desain yang menarik dan khas anak muda yang energic dan dinamis.

Target pasar EMJ adalah remaja pria dan wanita untuk kelas menengah dengan harga yang ditawarkan Rp100.000 per potong. EMJ tergolong dalam bisnis kecil menengah dan bersifat *home industry*, strategi pemasaran yang baik melalui berbagai macam media sosial pun harus diatur sedemikian rupa, agar dapat menghadapi persaingan pasar. Pemasaran diberlakukan melalui beberapa media sosial seperti Instagram, Path, Line, BBM, Facebook. Strategi pemasaran pada beberapa media sosial tersebut terbilang tepat karena sesuai dengan target pasar yaitu remaja, yang mana para remaja sering mengakses media sosial tersebut setiap harinya. Kerja sama dengan *reseller* pun dapat membantu proses penjualan.

Proses bisnis EMJ merupakan proses bisnis nya sederhana karena masih tergolong dalam industri kecil. Proses terbagi menjadi 3 bagian. Bagian Pertama adalah proses pemilihan bahan baku yang tepat yang kemudian bahan baku tersebut digunakan untuk produksi. Bagian kedua adalah proses produksi dari mulai bahan jadi sampai menjadi barang jadi. Bagian ketiga adalah bagian yang mengurus media sosial mulai berhubungan langsung dengan konsumen, pencatatan pesanan, sampai pesanan tersebut dikirim ke konsumen.

1.2 Deskripsi Bisnis

1.2.1 Identitas EMJ

Identitas EMJ sebagai berikut :

1. Nama Usaha : EMJ
2. Nama Pemilik : Edward Halim, Raymond
3. Alamat : Jalan Kembar Mas Barat No. 25 Bandung.
4. Waktu Operasional : Senin – Jumat 08.00-16.00
   Sabtu 08.00-13.00
   Minggu Libur
5. Telepon : 0899 123 123 88
6. Bentuk kepemilikan : CV
7. Bidang Usaha : *Online Shop*
8. Perizinan : - Izin Domisili RT dan RT setempat
   - Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
9. Logo Perusahaan :

Gambar 1.1 Logo *Business Plan* EMJ

Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Keterangan Logo:

Logo EMJ sangat sederhana, terdiri dari warna hitam dan putih kekuningan, dan bentuknya pun lingkaran. Dipilih bentuk lingkaran, karena lingkaran menunjukkan sikap yang dinamis, bergerak, dan berlangsung lama, bahkan abadi, seperti yang pemilik perusahaan inginkan agar perusahaan dapat berlangsung lama. Pemilihan kombinasi warna hanya hitam dan putih karena memberikan arti yang simpel dan elegan.

1.2.2 Visi dan Misi

Visi EMJ:

- Menjadi *clothing line* terpercaya se-Indonesia.
- Memberikan kemudahan bagi para konsumen yang tidak memiliki banyak waktu luang.

Misi EMJ:

- Menjual berbagai produk *clothing line* dengan kualitas premium dengan harga yang terjangkau, menjaring pasaran penggemar *clothing line* yang lebih luas, dan memperkenalkan produk ke berbagai daerah.