

ABSTRAK

Sosial media juga mengubah hubungan antara perusahaan dengan konsumen yang sebelumnya cenderung satu arah, menjadi lebih interaktif dan friendly. Hal ini membuka kesempatan bisnis yang sangat besar. Hal ini juga membuat persaingan bidang Fashion online menjadi semakin besar. Bisnis ini diberi nama “Vous”. Peneliti tertarik untuk menjadikan fashion sebagai bisnis karena sangat menarik untuk diikuti.

Produk yang dipasarkan oleh Vous, adalah Pakaian Santai. Seiring dengan perkembangan fashion, pakaian yang digunakan tidak hanya sekedar untuk melengkapi kebutuhan primer saja. Pakaian yang digunakan pada era ini juga bertujuan untuk gaya. Dapat diperhatikan, saat ini perkembangan fashion memunculkan model pakaian pesta, pakaian kerja, pakaian santai, dan jenis pakaian lainnya sesuai dengan kebutuhan. Salah satu pakaian yang paling sering digunakan, adalah pakaian santai. Pakaian santai ini penting karena digunakan sehari-hari dalam aktivitas non-formal. Peneliti menemukan bahwa karena perusahaan langsung berinteraksi langsung dengan pembeli, maka akan menggunakan saluran pemasaran nol, dimana perusahaan tidak menggunakan perantara dalam berinteraksi dengan konsumen. Dengan interaksi menggunakan jaringan digital, maka tidak dibutuhkan adanya perantara apapun dalam berinteraksi.

Investasi yang dilakukan dalam perusahaan Vous ini memunculkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil ini dapat dilihat dari nilai *Net Present Value* yang memiliki nilai positif (Rp42,083,157), Nilai *Profitability Index* yang berada diatas 1 (sebesar 2.626), dan Nilai *Payback period* yang menunjukkan nilai bahwa investasi awal yang dilakukan akan diterima kembali dalam bentuk keuntungan dalam waktu **8 bulan 4 hari**. Dengan demikian, usaha ini dapat dianggap memberikan keuntungan bagi perusahaan.

ABSTRACT

Social media changes the relationship between companies and consumers who previously tended to be one-way, becoming more interactive and friendly. This opens up enormous business opportunities. This also makes the competition in the Online Fashion field even bigger. This business is named "Vous". Researchers are interested in making fashion a business because it is very interesting to follow.

The product marketed by Vous is Casual Clothing. Along with the development of fashion, clothing that is used is not just to complement primary needs. The clothes used in this era also aim for style. It can be noted, nowadays the development of fashion brings out party wear models, work clothes, casual wear, and other types of clothing according to needs. One of the most used clothes, is casual clothes. This casual wear is important because it is used daily in non-formal activities. The researcher found that because companies directly interact directly with buyers, they will use zero marketing channels, where companies do not use intermediaries to interact with consumers. With interactions using digital networks, there is no need for any intermediaries to interact.

The investment made in the Vous company has brought profits to the company. This result can be seen from the value of the Net Present Value that has a positive value (Rp41,060,035), the Profitability Index value above 1 (amounting to 2,626), and the Value backback period which shows the value that the initial investment will be received in the form of profit in time 8 months 4 days. Thus, this business can be considered to provide benefits to the company.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
RINGKASAN EKSEKUTIF	1
1.1.Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2.Deskripsi Bisnis	6
BAB II.....	9
ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK.....	9
2.1. Area Ketertarikan.....	9
2.2.Penilaian peluang bisnis.....	10
2.3.Decision Matrix Analysis.....	14
2.4. Analisis Perbandingan Berpasangan dan Skor Akhir	16
2.5.AnalisisFive Question(5Q)	18
2.6. Survei Awal.....	26
2.7. Analisis SWOT dan strategi SWOT	28
BAB III	35
ASPEK PEMASARAN	35
3.1. Pemasaran	35

3.2. Strategi Pemasaran	36
3.3. Bauran Pemasaran	42
3.4. Proyeksi Pemasaran untuk 3 tahun	55
BAB IV ASPEK OPERASIONAL	60
4.1.Peralatan dan Kapasitas Produksi	60
4.2.Biaya Operasional	68
4.3.Proses Produksi / Operasi	69
4.4.Layout tempat produksi	71
4.5. Blue print Operasional	74
BAB V.....	75
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	75
5.1. Struktur Organsiasi	75
5.2. Rekrutmen.....	79
5.3. Seleksi	80
5.4. Orientasi.....	81
5.6. Penilaian Kinerja.....	82
5.7. Jam Kerja dan Kompensasi.....	84
5.4. Standar Operasi dan Prosedur Kerja (SOP)	87
BAB VI	94
ASPEK KEUANGAN	94
6.1. Biaya Yang harus dikeluarkan untuk membuat usaha	94
6.2. Penghasilan perusahaan	97
6.3. Analisis Arus Kas.....	99
6.4. Analisis Investasi	100
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	107
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Logo dan Identitas Brand dari usaha.....	6
Gambar 2. 1. Perbandingan antara harapan dan kenyataan konsumen	28
Gambar 2. 2. Analisis SWOT	30
Gambar 3. 1. Blouse “Beagle”	44
Gambar 3. 2. Long Dress “Pinscher”	45
Gambar 3. 3. Blouse “Akita”	46
Gambar 3. 4. Dress“Bernese”	47
Gambar 3. 5. Home Studio dan tempat pemotretan	49
Gambar 3. 6. Contoh toko online di media sosial Instagram	53
Gambar 4. 1. Layout ruangan.....	71
Gambar 4. 2. Ruangannya Vous	72
Gambar 4. 3. Ruangannya Vous	73
Gambar 4. 4. Blue Print Operasional	74
Gambar 5. 1. Struktur Organisasi Perusahaan	75
Gambar 5. 2. SOP kerja dalam lingkungan VOUS	88
Gambar 5. 3. Design / Sketch Pakaian	89
Gambar 5. 4. Pembuatan pola Pakaian.....	89
Gambar 5. 5. Inspeksi Pakaian jadi	90
Gambar 5. 6. Proses pressing/finishing.....	91
Gambar 5. 7. proses inspeksi akhir	91
Gambar 5. 8. Proses pengemasan dan pengiriman.....	92
Gambar 5. 9. Proses penerimaan pembayaran dan penanganan keluhan.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Net Present Value (proyeksi 3 tahun)	7
Tabel 2. 1. Tabel ketertarikan dan minat usaha	9
Tabel 2. 2. Decision Matrix Analysis.....	15
Tabel 2. 3. Analisis Perbandingan Berpasangan.....	17
Tabel 2. 4. Skor Akhir perbandingan	17
Tabel 2. 5. Perbandingan Harapan dan kenyataan responden.....	27
Tabel 2. 6. Bagan SWOT	33
Tabel 3. 1. Proyeksi Penjualan untuk Tahun 1.....	56
Tabel 3. 2. Proyeksi Pemasaran untuk Tahun 2	57
Tabel 3. 3. Proyeksi Pemasaran untuk Tahun 3	58
Tabel 4. 1. Peralatan produksi yang dibutuhkan	61
Tabel 4. 2. Biaya peralatan produksi yang dibutuhkan.....	65
Tabel 4. 3. Perlengkapan rutin yang dibutuhkan.....	66
Tabel 4. 4. Biaya perlengkapan rutin yang dibutuhkan	68
Tabel 4. 5. Biaya Operasional rutin yang dibutuhkan.....	68
Tabel 5. 1. Gaji bulanan dan tahunan karyawan	86
Tabel 5. 2. Jumlah biaya tenaga kerja tahunan	86
Tabel 6. 1. Biaya Peralatan Produksi	94
Tabel 6. 2. Biaya Perlengkapan tahunan.....	95
Tabel 6. 3. Biaya Operasional	95
Tabel 6. 4. Biaya Tenaga Kerja.....	96
Tabel 6. 5. Biaya Tenaga Kerja.....	96
Tabel 6. 6. Penghasilan perusahaan (proyeksi 3 tahun).....	97
Tabel 6. 7. Analisis Arus Kas(proyeksi 3 tahun)	99
Tabel 6. 8. Net Present Value (proyeksi 3 tahun)	102

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : DATA KUESIONER..... 107

