

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Teknologi informasi khususnya internet sangatlah memberi peran besar dalam dunia bisnis khususnya dunia marketing. Media sosial adalah teknologi informasi yang digunakan bukan hanya untuk kegiatan sosial saja tetapi sekarang ini media sosial adalah sarana untuk mempromosikan produk atau jasa. Berdasarkan data dari lembaga riset digital marketing Emarketer tahun 2018 pengaruh teknologi informasi khususnya media sosial sangatlah membantu kegiatan promosi disebabkan oleh lebih dari 100 juta orang adalah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia.

Sekarang ini para pendatang baru di bisnis di dominasi dengan anak muda sejalan dengan bertambahnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM memberi dampak yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, berdasarkan data yang ada kurang lebih 65,54 juta unit UKM atau sebesar 99,99% pelaku ekonomi nasional. Hadirnya wirausahawan muda di Indonesia sangatlah membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia, dikarenakan bertambahnya lapangan kerja untuk para tenaga kerja. UMKM baru ini banyak memanfaatkan media Internet dan jaringan media sosial sebagai cara pemasaran utamanya.

Di era digital ini, sudah semakin sedikit orang yang tidak menggunakan atau bergantung kepada internet. Hal yang sama juga bisa diaplikasikan kepada pengguna media sosial yang semakin banyak jumlahnya setiap harinya. Semua

orang seolah menemukan tempat baru untuk mengekspresikan dan meluapkan apa yang dirasakan di media baru ini. Tak hanya itu, media sosial juga bisa dianggap sebagai sarana untuk membentuk opini, berbagi informasi terbaru, atau hanya sekedar untuk alasan pertemanan. Perkembangan media sosial pun terlihat diterima dengan sangat baik oleh masyarakatnya. Berdasarkan riset terakhir, sekitar 95% pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial. Contoh kecilnya adalah peringkat pengguna Facebook dan Twitter terbanyak, masing-masing di peringkat ke-2 dan ke-3. Jumlah pengguna internet sendiri pun meningkat 15% sejak 15 Januari 2015 hingga 15 Januari 2016. Tentu hal tersebut menunjukkan tren positif (brighstars.co.id, 2018).

Sosial media juga mengubah hubungan antara perusahaan dengan konsumen yang sebelumnya cenderung satu arah, menjadi lebih interaktif dan *friendly*. Hal ini menyebabkan hubungan konsumen dengan perusahaan yang lebih dekat. Hubungan yang sebelumnya lebih bersifat vertikal karena adanya “jarak”, menjadi horizontal karena lebih intens dan lebih personal. Hal ini sangat penting bagi pengembangan bisnis baru. Hal ini terjadi karena salah satu pemanfaatan paling besar dari media sosial adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan *user engagement*. Dilihat dari sudut pandang perusahaan pun penggunaan sosial media dapat menekan pengeluaran perusahaan, dengan cara mengurangi biaya komunikasi karena dengan sosial media, setiap konsumen adalah “juru bicara”.

Hal ini membuka kesempatan bisnis yang sangat besar. Salah satu aplikasi belanja online yaitu Shopee (dalam Bosnia, 2018) mengatakan bahwa transaksi tertinggi yang tercatat di aplikasi mereka adalah kategori belanja fashion. Masuk

dalam kategori ini adalah busana, sepatu, dan pelengkap tampilan lainnya. Selain kategori *fashion*, posisi kedua barang yang paling banyak dibeli oleh orang Indonesia ialah perangkat elektronik dan gadget. Sementara di posisi ketiga, masyarakat sangat meminati membeli barang-barang kebutuhan rumah tangga. Hal ini menggambarkan bidang bisnis Fashion online sebagai bidang yang sangat potensial.

Hal ini juga membuat persaingan bidang Fashion online menjadi semakin besar. Banyak perusahaan yang melebarkan sayapnya ke bisnis online seperti online shop untuk bisa meningkatkan strategi penjualannya atau mungkin hanya memanfaatkan internet sebagai sarana berjualan produk fashion. Untuk memulai produk fashion diperlukan adanya analisis pasar terlebih dahulu, selera konsumen yang berubah-ubah dan berbeda. Untuk itu, peneliti tertarik untuk membuat business plan ini, sebagai usaha untuk melihat trend pasar saat ini, apa saja yang dibutuhkan oleh para konsumen saat ini, model apa saja yang banyak dicari atau sedang booming di pasaran saat ini.

Business Plan adalah usaha untuk merancang strategi dan rencana awal bisnis yang akan dilakukan. Dengan demikian, Business Plan memiliki tujuan untuk membuat adanya panduan dan rancangan yang terstruktur bagi bisnis. Dengan adanya rencana bisnis ini maka perusahaan akan lebih fokus dan terarah dalam menentukan jenis bisnis, modal, strategi bisnis serta jenis pemasaran yang akan dikembangkan.

Bisnis ini diberi nama “Vous”. Peneliti tertarik untuk menjadikan fashion sebagai bisnis karena sangat menarik untuk diikuti dan digunakan sebagai ajang

eksplorasi dalam memadupadankan apa yang akan digunakan, bentuk, corak maupun warna. Hal ini membuat bisnis fashion sebagai bisnis yang terus mengalami perkembangan. Salah satu peluang bisnis online yang banyak diminati adalah berjualan pakaian. Selain cenderung mudah untuk dilakukan, kebutuhannya yang tinggi bisa membuat pelaku bisnis meraup untung yang besar. Hal ini terjadi karena pebisnis tidak perlu membuat toko sendiri, sehingga mengurangi biaya sewa. Peneliti hanya membayar bahan baku dan jasa pembuatan. Bisnis ini akan sangat menguntungkan karena model fashion yang dijual tidak sama dengan model di pasaran. Model yang unik dan tidak ditemukan di toko lainnya ini akan menjadi salah satu modal yang dapat mendukung perkembangan perusahaan. Selain itu, Pasar dalam bentuk aplikasi online Instagram merupakan salah satu media yang paling banyak dikunjungi oleh responden wanita. Peneliti menemukan bahwa Instagram kini telah digunakan oleh 800 juta pengguna aktif setiap bulannya, dengan 500 juta pengguna setiap hari. Di Indonesia, pengguna aktif harian adalah sebesar 20 juta pengguna yang aktif setiap hari, yang merupakan potensi pasar yang sangat besar.

Vous melakukan analisa keuangan untuk memastikan bahwa aktivitas usaha yang ada dapat memberikan keuntungan bagi pemilik usaha. Untuk itu, peneliti melakukan analisa keuangan sebagai berikut:

1. *Net Present Value*

Tabel 1. 1. Net Present Value (proyeksi 3 tahun)

	Arus kas	Discount Factor	NPV
Tahun 1	Rp12,613,892	80%	Rp10,091,113
Tahun 2	Rp31,080,843	64%	Rp19,891,739

Tahun 3	Rp72,930,282	51%	Rp37,340,304
		TOTAL NPV	Rp67,323,157
		INVESTASI AWAL	Rp25,240,000
		NPV AKHIR	Rp42,083,157

- Kriteria NPV :

NPV > 0 , usaha layak untuk dilaksanakan

NVP < 0 , usaha tidak layak dilaksanakan

NVP = 0 , usaha berada pada BEP

Nilai NPV yang didapat dari hasil perhitungan di atas adalah Rp42,083,157

yang berarti bisnis ini layak untuk dijalankan, karena nilai NPV > 0.

2. *Payback Periode*

Payback Period = $n + (a-b) / (c-b) \times 1$ tahun

Payback Period = $0 + (Rp25,240,000 - Rp12,613,892) / (Rp31,080,843 - Rp12,613,892) \times 1$ tahun

Payback Period = 0.67 = 8 bulan 7 hari

3. *Profitability Index*

Metode ini menghitung perbandingan antara nilai arus kas bersih yang akan datang dengan nilai investasi yang sekarang. Profitability Index harus lebih besar dari 1 baru dikatakan layak. Semakin besar PI, investasi semakin layak. Kelayakan investasi menurut standar analisa ini adalah :

- Jika $PI > 1$; maka investasi layak untuk dijalankan (layak)
- Jika $PI < 1$; maka investasi tidak layak dijalankan (tidak layak)

Profitability Index (PI) = Nilai Aliran Kas Masuk / Nilai Investasi

Rp67,323,157/ Rp25,240,000= 2.667

Berdasarkan nilai diatas, didapat nilai $PI = 2.667 > 1$ yang berarti bahwa investasi layak untuk dijalankan (layak).

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama Bisnis : VOUS

Motto Bisnis : 'Everything About You'

Logo dan Identitas Bisnis :



Gambar 1. 1. Logo dan Identitas Brand dari usaha

Sumber: Pribadi penulis (2018)

Pengertian Logo dan Motto :

Logo Vous diambil dari kata "Vous" dalam bahasa Perancis, yang berarti "Anda". Sedangkan "everything about you" itu sendiri berartikan "semua tentang anda".

Jadi arti dari logo ini adalah "Anda, semua tentang anda". Jadi orang-orang yang membeli produk ini dapat membeli sesuai kepribadiannya masing-masing. Bentuk kotak dengan balutan warna emas itu menandakan kemewahan dalam produk tersebut. Dan bentuk "O" yang memiliki garis bawah tersebut menandakan supaya logo ini dapat tertanam di pikiran masyarakat dengan mudah dan ciri khasnya.

Bentuk Perusahaan : UMKM

Pemilik perusahaan : Perseorangan

Nama Pemilik Perusahaan: Santha Christie

Lokasi : Kota Bandung, jalan Kembar Tengah 4 no. 5

Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan pilihan masyarakat Indonesia dalam menyediakan fashion online dengan kualitas dan pelayanan terbaik

Misi perusahaan:

1. Menghadirkan pakaian *fancy clothing* dengan model dan kualitas terbaik kepada masyarakat
2. Memberikan standar pelayanan yang baik bagi konsumen
3. Bekerja sama dengan pengrajin untuk meningkatkan kualitas hidup pengrajin tekstil UMKM di dalam negeri

4. Meningkatkan pangsa pasar menjadi luas dan berskala nasional
5. Menjalin aliansi strategis dengan konsumen sebagai partner usaha.

