

BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia beberapa tahun belakangan ini berkembang dengan pesat. Hal tersebut terjadi karena meningkatnya keinginan secara individual seorang manusia untuk dapat mengekspresikan dirinya melalui busana yang ia kenakan dan banyaknya selebriti yang mempengaruhi kesadaran masing-masing pribadi untuk tidak malu menampilkan jati diri kita masing-masing. Karena banyaknya pengaruh selebriti untuk membuat kita menjadi *be yourself* maka bukan hanya *brand international* saja yang mengalami peningkatan minat pembeli konsumen. Tetapi banyak dari selebriti mempengaruhi para pengikutnya untuk lebih meninggikan *local brand*. Banyak sekali *local brand* yang memiliki kualitas yang tidak kalah dengan *brand* luar yang sudah terkenal.

Untuk sekarang ini sudah banyak yang mendukung *local brand* untuk lebih berkembang lagi dan banyak yang membantu *local brand* untuk membuat namanya lebih di kenal. Seperti adanya toko-toko yang menyediakan tempat agar *local brand* dapat menjual produknya secara offline jika mereka tidak memiliki dana yang cukup untuk menyewa tempatnya sendiri. Ada juga bazar yang dilakukan setahun sekali yang dikhususkan untuk *local brand* di seluruh Indonesia. *Local brand* di Indonesia yang berkembang pesat sangat banyak mulai dari busana *couture*, aksesoris hingga busana sehari-hari dan lain lain. Bahkan ada beberapa *local brand* Indonesia yang sudah di kenal secara *international*.

Salah satu produk yang diminati adalah aksesoris untuk para wanita mulai

dari cincin, gelang, anting dan sebagainya. Menurut Fimela (2018), Menggunakan aksesoris memang sering kali membuat penampilan seseorang terlihat makin cantik, anggun dan menawan. Menggunakan aksesoris juga menunjukkan bahwa orang tersebut cukup feminin dan mempesona. Pemakaian perhiasan rupanya tak hanya membuat kecantikan seseorang perempuan bertambah pemakaian perhiasan juga bisa membuat kita mengetahui bagaimana kepribadian orang tersebut.

Menurut Wolipop (2017) Selain pakaian, sepatu, atau tas, aksesoris tentu juga patut dikoleksi. Salah satunya adalah anting yang bisa melengkapi penampilan jadi lebih feminin dan membuat wajah tampak semakin memikat. *Statement earrings* pun pantas dipertimbangkan, terlebih diramalkan akan tren sepanjang 2017.

Berkembangnya industri *fashion local brand* di kota Bandung dalam hal sangatlah terlihat, dimulai dengan munculnya toko-toko yang mendukung penjualan *local brand* secara *offline* seperti *Happy-Go-Lucky*. Selain itu brand-brand dari kota Bandung juga bermunculan memenuhi pasar *local brand* di seluruh Indonesia seperti *Yourhands*, *Istafada*, *Kamala*, dan masih banyak lagi.

Karena adanya perkembangan tersebut penulis memutuskan untuk membuat brand bernama Liku yang memproduksi aksesoris anting berbahan akrilik yang memiliki bentuk minimalis dan moderen. Penulis sangat melihat peluang besar dalam hal ini karena hasil survey yang dilakukan oleh penulis sendiri. Terdapat banyak wanita remaja sampai dengan dewasa yang tertarik akan aksesoris *local brand*.

1.1.1 Produksi & Inventory

Proses produksi liku meliputi beberapa proses yang pertama adalah pembelian bahan baku, lalu setelah pembelian bahan baku akrilik, akan dilanjutkan oleh proses *cutting* untuk pembentukan dan pemotongan jenis anting lalu akan dilakukan pemasangan tusukan anting setelah ini anting siap untuk dijual ke tangan konsumen.

Liku memiliki produk yang berbahan baku akrilik. Liku menerapkan jenis *Inventory*, *Raw materials* dan *Work in process*. Sistem *Inventory Raw Materials* diterapkan karena Liku memiliki persediaan bahan baku akrilik yang masih bahan mentah. Sedangkan *Inventory Work In Process* diterapkan karena persediaan anting yang belum dikenakan tusukan antingnya.

1.1.2 Sumber Daya Manusia

Liku masih memiliki organisasi yang kecil dan memiliki 2 karyawan. Untuk melakukan seleksi karyawan liku prosesnya diawali dengan tahap wawancara langsung, setelah itu terseleksi beberapa calon karyawan lalu beberapa calon tersebut akan di berikan kuisisioner mengenai bisnis di bidang mode/*fashion*. Setelah itu hasil kuisisioner akan dilihat dan penulis akan memilih karyawan yang hasil kuisisionernya memadai untuk menjadi karyawan Liku, setelah itu karyawan yang terpilih langsung dapat bekerja.

1.1.3 Kelayakan Investasi

Sumber dana Liku diperoleh dari modal yang berasal dari dana pribadi yaitu sebesar Rp 33,953,500 untuk mengukur kelayakan investasi dalam menjalankan bisnis Liku, penulis menggunakan 4 metode, yaitu *Net Present Value* (NPV), *Payback Period*

(PP), dan *Profitability Index* (PI). NPV dari Liku sendiri adalah sebesar Rp357.401.901 yang berarti bisnis ini layak untuk dijalankan karena NPVnya lebih dari 0. Lalu, *Payback Period* dari bisnis ini memakan waktu 2 bulan 3 hari. Lalu dengan perhitungan PI, nilai PI bisnis ini adalah 13,42 yang artinya layak untuk dijalankan karena nilai PI lebih dari 1. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Liku diambil dari kata berliku yang diambil dari filosofinya yang dikaitkan dengan kehidupan kita bahwa dalam hidup kita tidak mungkin hanya menjalani jalan yang lurus pasti kita akan melewati jalan yang melikuk-likuk. Liku juga memiliki warna produk yang cenderung warna-warna *monochrome* karena warna-warna tersebut memiliki arti seperti berikut Hitam adalah warna yang melambangkan keanggunan, kemakmuran, dan keteguhan menurut Goodminds (2016), Sedangkan warna putih melambangkan kebebasan dan keterbukaan menurut Goodminds (2016), dan yang terakhir adalah warna bening warna ini memiliki arti Bersih dan transparan.



Gambar 1.1 Logo Liku.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Logo liku memiliki warna dasar putih yang disambung dengan gradasi warna cream, abu-abu, dan putih tulang penulis memilih warna-warna tersebut karena warna-warna tersebut memancarkan rasa minimalis, elegant, dan moderen sesuai dengan produk yang dijual oleh Liku. Tulisan liku ditengah ditulis oleh tangan agar lekukannya terlihat natural dan membentuk lekukan yang cantik.

Visi:

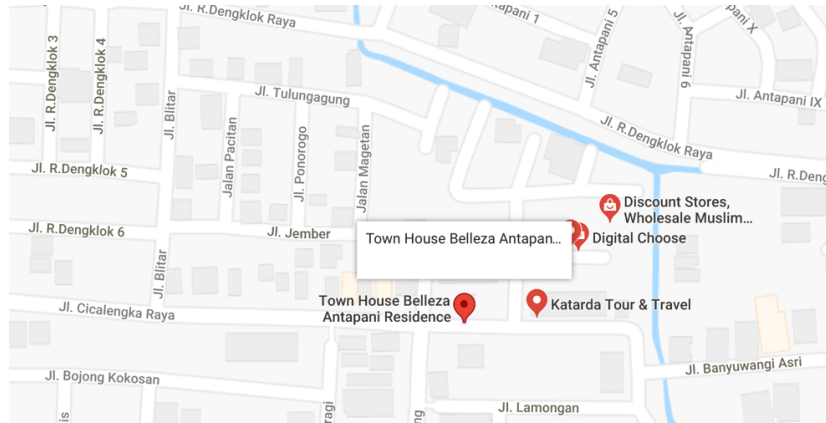
Menjadi *local brand* aksesoris yang dapat di kenal oleh seluruh kota bandung pada tahun 2021.

Misi:

- Menyediakan produk yang berkualitas baik.
- Memiliki model minimalis dan modern agar dapat dikenakan kemana saja.
- Memiliki citra brand yang baik dan memberikan kepercayaan diri bagi pemiliki produk Liku.
- Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen.

Usaha Liku ini bertempat di Jalan Cicalengka Raya, Komplek Belleza Antapani nomor 12 Kavling B, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini bertempat ini rumah penulis dan strategi lokasi cukup strategis untuk ke tempat pengiriman barang JNE yang berada di Jalan Sukanegara. Berikut adalah lokasi operasional Liku:

BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF



Gambar 1.2 Peta Lokasi Operasional Liku.

Sumber: Google (2018)

