

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Pada dasarnya manusia memiliki 3 kebutuhan dasar yaitu pangan, papan, dan sandang. Pangan adalah makanan yang diperlukan untuk tubuh agar energinya tetap terjaga dan bisa beraktivitas dengan normal. Papan bisa diartikan sebagai tempat tinggal atau rumah. Terakhir sandang adalah pakaian yang kita kenakan setiap hari. Mulai dari baju, celana, jaket dan lainnya. Yang memiliki fungsi tentu saja untuk melindungi tubuh dari panas dan dingin. Serta menghindarkan kulit dari kontak langsung dengan debu dan kotoran.

Melihat dari kebutuhan manusia akan sandang sudah dapat dipastikan bahwa sandang akan menjadi kebutuhan manusia yang belum dapat tersubstitusikan, maka penulis pun melihat peluang untuk dapat dijadikan lahan usaha khususnya konveksi untuk menghasilkan kebutuhan masyarakat.

Dewasa ini banyak sekali konveksi bermunculan dikarenakan bertambahnya minat konsumen terhadap pakaian yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumen. Kebutuhan yang semakin meningkat ini, tentunya juga memerlukan sarana dan prasarana dalam pendistribusiannya. Bisnis ini sangat berpotensi untuk dikembangkan karena dapat mengembangkan perekonomian masyarakat. Dengan didirikannya bisnis ini dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Serta dapat memanfaatkan produk kain lokal yang diolah menjadi barang jadi seperti baju, celana, jaket dan sebagainya.

Pada awalnya penulis memang sudah beberapa kali memiliki dan melakukan usaha. Mulai dari menjual produk makanan, kosmetik, tas, dan yang terakhir dilakukan adalah menjual pakaian. Tidak sedikit dari para pelanggan yang meminta penulis untuk membuat produk pakaian dalam jumlah besar, adapula yang meminta agar produk pakaian ini dapat di *custom* sesuai keinginan mereka. Karena belum memiliki modal dan kemampuan yang cukup, maka penulis hanya memakloun pakaian kepada produsen konveksi yang sudah ada.

Usaha yang penulis jalani pun membuahkan hasil yaitu keuntungan. Seiring berjalannya waktu, penulis dapat mengumpulkan keuntungan-keuntungan ini untuk dapat dijadikan modal usaha yang rencananya akan membuka usaha konveksi sendiri. Selain dapat menekan biaya produksi, penulis juga ingin menciptakan produk dengan *brand* atau merk yang dimiliki oleh saya sendiri.

Dukungan dari orang terdekat pun terus bermunculan dan meningkatkan motivasi penulis untuk terus mengembangkan usaha ini dengan serius. Sedikit demi sedikit peralatan dan bahan baku saya penuhi. Dan pada bulan Mei 2018 penulis meresmikan usaha ini dengan pelanggan pertama yaitu orderan pembuatan baju instansti.

Peluang yang kami miliki karena adanya perkumpulan, komunitas, instansi dan sekolah-sekolah, juga *club-club* olahraga. Peluang lain yang kami miliki yaitu kami bekerja sama dengan perusahaan dan instansi yang ada. Dari segi harga, kami menawarkan harga yang cukup murah dengan kualitas yang baik. Untuk kedepannya kami memiliki jangkauan bisnis ini keluar Jawa Barat seperti , Aceh, Bali, Jawa Timur dan Jawa tengah.

Sebagai pelaku usaha yang masih dini, penulis cukup banyak mempertimbangkan kelangsungan usaha ini. Mulai dari peluang, potensi, persaingan, dan sebagainya. Mengingat hal-hal ini yang telah saya pelajari di bangku kuliah. Bicara mengenai persaingan usaha, era persaingan usaha di bidang konveksi yang semakin kompetitif, sekarang ini mengacu pada kepopuleran bisnis konveksi. Hal ini disebabkan karena usaha konveksi menghasilkan produk berupa pakaian yang merupakan kebutuhan dasar manusia, sehingga bisnis ini akan selalu ada. Tidak sedikit pelaku usaha yang berniat untuk masuk kedalamnya.

Berdasarkan pemantauan dan hasil survey yang ada bahwa di sekitar lokasi tempat yang kami dirikan terdapat cukup banyak produsen kaos di Bandung, namun berapa banyak jumlahnya tidak ditemukan data statistiknya, diduga hal ini terjadi karena perusahaan-perusahaan tersebut belum memiliki kelengkapan dari berbadan hukum, bentuk badan usahanya masih perseorangan, belum mempunyai NPWP, tidak terdaftar secara resmi serta masih merupakan usaha mikro. Berikut sebagian data produsen kaos yang berada di Kabupaten Bandung :

Tabel 1.1 Data Produsen Kaos di Kabupaten Bandung

No	Nama	Jenis	Alamat
1	PT PERDANA FIRSA GARMEN	Pabrik T Shirt	Jl Batu Jajar Km,1.5 Desa Laksana Mekar, Bandung Barat, Jawa Barat
2	PT ANUGRAH KREASINDO	Pabrik Kaos	Jl. Satria Raya 11 No.3, Bandung, Jawa Barat
3	ANGEL	Produksi Kaos Oblong	Jl. Holis No.157 Kel Warung Muncang, Bandung, Jawa Barat
4	PT ASKAR CIPTA PERKASA	produksi Kaos Militer Tentara / Polisi	Komud Supadio Gg.karya 210, Bandung, Jawa Barat

5	BMR KONVEKSI	Konveksi Kaos Dan Jaket	Jl. Sukamulya Indah No. 11 Kendalgede Rt. 06/02, Bandung, Jawa Barat
6	BROTHER GARMENT / SILTEX BRATHER	Baju, Kaos, Kemeja	Jl Kiara Condong No 103 Kel Babakan Surabaya, Bandung, Jawa Barat
7	CALADI LIMA SEMBILAN	Memproduksi Kaos Oblong Bergambar	Jl. Raya Cigadung Timur 107, Bandung, Jawa Barat
8	PT CIPTA MUTIARA MITRA MAJU / YANTEX	Kaos Rajut	Jl. Sukamanah No 299, Bandung, Jawa Barat
9	DAKOS	Usaha Pembuatan Baju Kaos	Kampung Panyaweyan Desa Lampegan, Bandung, Jawa Barat
10	DIAN PRODUCTION	Konveksi Kaos	Jl Surapati No 101, Bandung, Jawa Barat
11	DUA SEKAWAN	Rajut Kaos	Jl Sadang Rahayu, Bandung, Jawa Barat
12	DUNIA BARU	Kaos Singlet	Jl. Bojongrengas 10, Bandung, Jawa Barat
13	GRAFFITI AMEL	Usaha Pembuatan Kaos Sweater Rajutan	Jl Binong Jati Rt 04 Rw 04, Bandung, Jawa Barat
14	CV HENRY COLLECTION	T shirt	Taman Cibaduyut Indah B/194, Bandung, Jawa Barat
15	PD IMING KONVEKSI	T shirt	Jl Babakan Jeruk I No 35 Rt 04/06, Bandung, Jawa Barat
16	IRENDEWIYANTI	Konveksi Kaos Oblong	Jl Cipedes Selatan 23, Bandung, Jawa Barat
17	PD TIMUR HIDUP / J. EDDY YOGA	Rajut kaos	Jl Pasir Panjang No. 126, Bandung, Jawa Barat
18	CV JAYA SENTOSA	Kaos Rajut	Komp Sadang Industri, Bandung, Jawa Barat
19	CIPTA KARYA INDAH / JIO TJUN THIAN	T shirt	Jl. Babakan Ciparay 169 Baru, Bandung, Jawa Barat
20	KAOS MELANIA HANDOKO	T shirt	Baru Raya Rt 03/03, Bandung, Jawa Barat

Sumber : <https://www.alamatelpon.com/2018/01/daftar-pabrik-produsen-kaos-di-bandung.html>.

Dari sekian banyaknya produsen kaos atau usaha konveksi yang ada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Terdapat 3 perusahaan konveksi yang berada cukup dekat dengan rumah produksi yang dimiliki penulis yaitu : Southlegend, Newcorner, Fuxx. Selain mencari tahu lokasinya, penulis pun mencoba untuk menanyakan langsung produk dan harga yang mereka tawarkan untuk bahan pembandingan produk kami.

Tabel 1.2 Daftar Harga Pesaing dan Harga Cross World

Nama Barang	South Legend	New Corner	Fuxx	Cross World
Kaos	35.000 – 65.000	35.000 – 70.000	50.000 – 120.000	35.000 – 65.000
Jaket	105.000 – 300.000	100.000 – 375.000	150.000 – 450.000	75.000 – 300.000
Kemeja	85.000 – 130.000	85.000 – 120.000	110.000 – 195.000	70.000 – 120.000
Bomber	85.000 – 180.000	85.000 – 150.000	100.000 – 250.000	80.000 – 120.000

Sumber : Internal perusahaan (2018)

Dilihat dari data yang penulis kumpulkan, mereka memiliki harga yang cukup variatif. Namun pada hal ini harga yang kami tawarkan dapat bersaing karena ada beberapa produk yang lebih murah dari kami dibandingkan ketiga kompetitor ini.

Sekilas tentang produk dan harga pesaing. Adapun produk-produk yang kami tawarkan berupa kaos, kemeja, jaket, dan *sweater*. Produk ini diproduksi tergantung pesanan dari konsumen karena konveksi ini menggunakan sistem *PO (pre-order)*. Untuk bahan, kami menggunakan bahan *taslan, mayer, despo, microfiber, tc rayon, american drill, mayer korea, diadora, flannel, fuma sport, combed 30s, combed 24s, hyget, lacoste, japan drill, fleece, twist, dan baby terry*.

Kualitas produk kami berikan yang terbaik, dari segi jahitan kami memberikan hasil jahitan yang cukup rapih, kualitas bordir dan sablon pun kami memberikan hasil yang baik karena kami memilih bahan yang terbaik serta memerhatikan setiap proses pembuatannya. Setiap pemesanan yang berada di Kabupaten Bandung dan Kota Bandung dan pesanan yang memiliki jumlah lebih dari 500 *pc* sakan kami berikan *free delivery*. Kami pun selalu menerapkan ketepatan waktu dalam pengerjaan dan pengiriman kepada konsumen. Berikut *sample* produk dari Cross World :

Tabel 1.3 *Sample* Produk dan Harga

Produk	Harga
 <p data-bbox="630 1266 854 1297">Gambar 1.1 Kaos</p>	35.000
 <p data-bbox="621 1587 872 1619">Gambar1.2 Kemeja</p>	70.000

 <p style="text-align: center;">Gambar 1.3 Jaket</p>	75.000
 <p style="text-align: center;">Gambar 1.4 Bomber</p>	80.000

Sumber : Internal Perusahaan (2018)

Dari produk dapat kami hasilkan, kami memiliki *target market* awal adalah anggota militer, kepolisian, anggota partai, anggota Perusahaan BUMN seperti PLN, Pertamina, Instansi pemerintahan, serta siswa-siswi sekolah hingga perguruan tinggi. Saat ini penulis sedang mengerjakan pesanan untuk kaos partai untuk menyambut kampanye pemilihan presiden (pilpres) dan calon legislatif (pileg). Sebelumnya, pesanan dari para anggota perusahaan pun telah kami selesaikan. Selanjutnya pesanan dari siswa sekolah, yang ingin membuat *ornament* almamater dan masih banyak lagi.

Memingat begitu banyaknya permintaan pembuatan *ornament* partai, maka penulis akan menjalin kerjasama dengan partai-partai yang ada di Aceh dan sekitarnya. Juga instansi pemerintahan dan perusahaan yang berada di luar Jawa Barat seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Sumatra dan sekitarnya. Alasan

mengapa penulis berniat untuk menjalin kerjasama dengan konsumen yang berada diluar wilayah Bandung, karena penulis dapat memberikan harga dibawah rata-rata konveksi yang berda di masing-masing kota tersebut maka kami dapat bersaing dengan produsen luar kota tersebut.

Bila kita lihat, ada banyak peluang usaha di sekitar kita, namun tidak semuanya mempunyai potensi yang menguntungkan untuk jangka panjang. Berikut ini adalah beberapa ciri peluang usaha yang potensial:

1. Punya nilai jual
2. Bisa bertahan lama dan berkelanjutan
3. Bukan bisnis musiman
4. Skala usaha bisa diperbesar
5. Modal memulainya tidak terlalu besar
6. Bisnis tersebut *profitable*

Dari poin-poin di atas, bisnis konveksi berarti memiliki banyak potensi. Seperti nilai jual karena barang ini sangat diminati dan dibutuhkan berbagai kalangan maka produk yang ditawarkan pun akan selalu laku di pasar. Bisnis ini pun bukan bisnis yang musiman semacam makanan, ada kalanya satu produk makanan bisa sangat laris di pasaran karena sedang *booming*, namun seiring berkurangnya kepuasan dan rasa penasaran konsumen maka produk tersebut pun tidak laku lagi. Usaha ini dapat terus dikembangkan, mulai dari jenis produk, kuantitas produk, kualitas produk dan sebagainya. Kemudian mengarah ke permodalan dan keuntungan. Bila dihitung dari segi modal, usaha ini dapat dimulai dengan modal yang tidak terlalu besar namun, dari setiap produk yang dihasilkan tentu akan menghasilkan *profit*.

Demi mencapai konsumen sesuai target, perlu adanya strategi-strategi yang harus diterapkan. Mulai dari tahap pengenalan, karena produk dan usaha ini tergolong masih muda maka perlu adanya pengenalan pada konsumen dan calon konsumen. Kemudian memasarkan produk dengan cara *Personal selling*. Menurut Kotler (2003) *Personal selling* adalah seni penjualan yang kuno. Kita dapat menemukan berbagai buku yang membahas tentang *personal selling*. Walaupun kuno, *personal selling* adalah alat yang paling efektif dalam proses menghasilkan proses pembelian, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian. Dengan cara personal kami juga menawarkan langsung beberapa contoh produk yang kami punya pada calon pelanggan atau konsumen kami.

Tak hanya itu kami juga menjalankan strategi *public relation (PR)*. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa pada umumnya kegiatan *PR* merupakan salah satu fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan menjaga *image* perusahaan melalui kegiatan timbal balik antara pihak internal, eksternal atau pihak terkait yang memiliki kepentingan didalamnya.

Pada era *digital marketing* ini, pelaku usaha konveksi pun harus turut serta dalam pemanfaatannya. Selain dapat dengan efektif dalam penyebaran dan pemasarannya, juga efisien dari segi waktu dan biaya yang dikeluarkan. Mengingat penjualan produk di *e-commerce* dapat dengan mudah dan cepat dijangkau oleh konsumen. Ini pula yang menjadi strategi pemasaran kami.

Kami juga memberikan fasilitas *free delivery* untuk konsumen yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya agar kami dapat menjalin hubungan yang baik dengan mengantarkan langsung barang yang sudah jadi. Namun bila konsumen

menginginkan untuk mengambil langsung ke rumah produksi kami pun bisa. Dan untuk konsumen yang berada diluar wilayah Bandung maka akan dikenakan biaya ongkos kirim yang berbeda-beda tergantung wilayahnya.

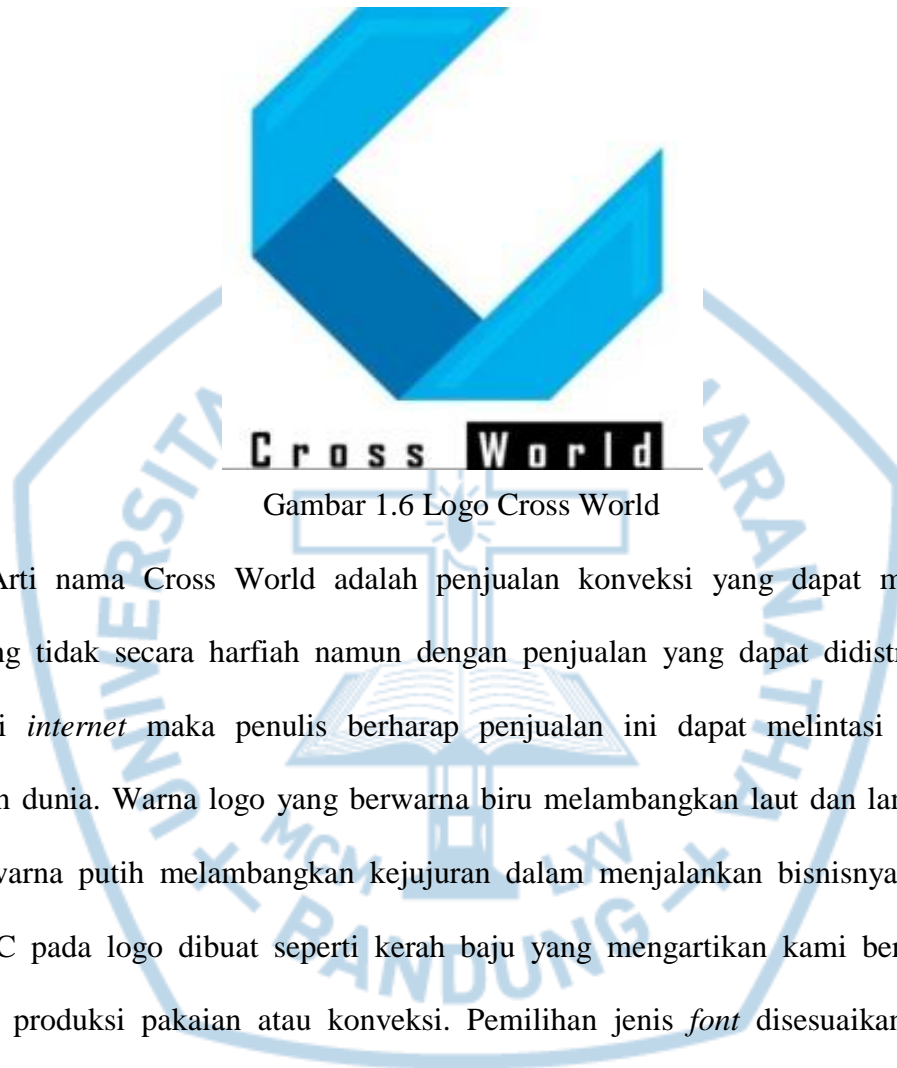
Dari beberapa hal penting diatas, ada satu hal lagi yang perlu dipersiapkan sebelum melaksanakan kegiatan usaha yaitu memperhitungkan kelayakan investasi dari usaha ini. Sebagai pelaku usaha, penulis harus mempertimbangkan modal yang akan dikeluarkan berasal dari sumber dana apa, perhitungan pengembalian modal dan keuntungan yang akan didapat. Sumber dana yang akan dipergunakan untuk kelangsungan usaha ini berasal dana pribadi sebesar Rp. 43.478.500. Adapun metode yang digunakan untuk menghitung kelayakan investasi dengan metode *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Payback Period (PP)*. Perhitungan tersebut akan dijelaskan lebih rinci pada Bab Aspek Keuangan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Usaha yang sedang saya jalani adalah usaha yang bergerak di bidang pakaian jadi (konveksi). Usaha ini dimulai sejak bulan Mei 2018. Jenis usaha ini adalah perusahaan perseorangan yang kepemilikannya adalah tunggal yaitu penulis sendiri. Sejauh ini bisnis ini belum memiliki perizinan dari pemerintah namun perizinan tersebut akan segera ditindak lanjuti guna mempermudah perluasan pangsa pasar dan agar lebih terpercaya dimata konsumen maupun di pemerintahan.

Nama dari perusahaan ini adalah "*Cross World*" yang diambil dari bahasa Inggris yang berarti Lintas Dunia. Tak hanya nama, suatu perusahaan juga lekat hubungannya dengan logo. Karena logo merupakan simbol dari suatu perusahaan

yang dapat dikenal oleh konsumen. Logo juga dapat digunakan untuk memudahkan mengenali produk dari suatu perusahaan. Logo yang telah di-*design* dan digunakan Cross World adalah sebagai berikut:



Gambar 1.6 Logo Cross World

Arti nama Cross World adalah penjualan konveksi yang dapat mendunia, memang tidak secara harfiah namun dengan penjualan yang dapat didistribusikan melalui *internet* maka penulis berharap penjualan ini dapat melintasi berbagai belahan dunia. Warna logo yang berwarna biru melambangkan laut dan langit yang luas, warna putih melambangkan kejujuran dalam menjalankan bisnisnya. Bentuk huruf C pada logo dibuat seperti kerah baju yang mengartikan kami bergerak di bidang produksi pakaian atau konveksi. Pemilihan jenis *font* disesuaikan dengan komposisi logo. Serta penebalan pada tulisan *World* mengartikan keseriusan.

Setelah menjelaskan mengenai logo yang menjadi simbol perusahaan, selanjutnya adalah mengenai pedoman untuk menggapai suatu tujuan perusahaan yang biasa dikenal dan dicantumkan dalam visi dan misi perusahaan. Menurut Wibisono (2006), visi adalah serangkaian kata-kata bahkan rangkaian kalimat

mengungkapkan impian, cita-cita, rencana, harapan dalam sebuah perkumpulan, perusahaan, organisasi yang ingin dicapai di masa mendatang. Visi juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan untuk organisasi demi menjamin kesuksesan dan kelestarian organisasi atau perusahaan jangka panjang.

Menurut Drucker (dalam David, Fred. R., 2012), Misi atau *mission* adalah apa sebabnya kita ada (*what we believe/ we can do why we exist*) dan menjadi alasan mendasar keberadaan suatu organisasi. Misi suatu organisasi ditingkat perusahaan akan menentukan maksud dan batas kegiatan dan aktivitas bisnis suatu perusahaan.

Berikut visi misi dari Cross World :

Visi Perusahaan :

Menjadi usaha konveksi yang unggul dan terbaik dalam memproduksi pakaian seragam di Bandung.

Misi Perusahaan :

1. Memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau.
2. Memberikan pelayanan yang prima bagi konsumen.
3. Selalu berinovasi dalam menghasilkan produk dan pemberian pelayanan.
4. Selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.

Usaha ini berlokasi di Jl. Raya Kamasan Banjaran No.144, Cangkuang, Kabupaten Bandung. Salah satu faktor pemilihan lokasi produksi karena rumah tersebut milik pribadi maka akan mempengaruhi biaya produksi yang tidak perlu mengeluarkan biaya sewa dan cocok untuk dijadikan rumah produksi karena letaknya ada di pinggir jalan. Kemudian pada daerah tersebut masih sedikit yang memiliki

usaha konveksi yaitu hanya 3 perusahaan yang sudah dibahas sebelumnya. Berikut peta rumah produksi kami :



Gambar 1.7 Peta Lokasi Rumah Produksi Cross World

