

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1.Deskripsi Konsep Bisnis

Menurut data tahun 2017 dari 15 subsektor, sub-sektor *fashion* menduduki peringkat kedua setelah makanan sebagai ruang usaha yang memberikan efek kontribusi pendapatan masyarakat sebesar 27%. Data lain menunjukkan bahwa per Januari tahun 2017, sebanyak 20 juta umat manusia di Indonesia adalah pengguna hijab yang setiap hari menggunakan hijab. (<https://www.kompasiana.com/PutriRamadhani> diakses pada tanggal 12 September 2018). Dari data diatas maka penulis yakin bahwa bisnis dibidang *fashion* akan mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat signifikan. Maka penulis melihat adanya peluang untuk menjalankan usaha ini di bidang *fashion*, terutama di bidang *fashion* hijab yang saat ini tengah mengalami pertumbuhan yang sangat baik.

Penulis memberikan nama pada usaha ini adalah Kairin Scarf. Kairin Scarf adalah sebuah konsep ide bisnis yang bergerak di bidang *fashion*, berfokus di bidang *printed scarf*. Ide bisnis ini muncul karena adanya peluang dari data yang didapat oleh penulis. Kemudian juga Indonesia merupakan kiblat *fashion* muslim di dunia. Hal ini menjadi beberapa faktor penting yang mendorong Kairin Scarf berproduksi dan menjadikan dirinya sebagai salah satu produsen *scarf* di Indonesia yang berdomisili di kota Bandung.

Dewasa ini, *trend* dunia *fashion* sangat menjadi fokus bagi semua kalangan terutama bagi kalangan usia 18 – 40 tahun. Bahkan tidak menutup kemungkinan *trend fashion* juga menjadi fokus untuk semua kalangan usia. Penampilan seseorang menunjukkan karakter dan kepribadiannya..

Hal ini menjadikan awal mula konsep bisnis ini terpikirkan. Karena di Indonesia, 2 tahun kebelakang *trend* hijab atau *scarf* mulai meningkat dan perlahan menjadi sebuah hal yang diinginkan oleh para kaum muslim yang ingin menggunakan *scarf*. Maka dari hal tersebut terciptalah ide bisnis yang bernama Kairin Scarf.

Dari sisi persaingan tentunya banyak sekali produsen yang bergerak di bidang yang sama. Produk ini mengunggulkan sisi motif dan corak yang ditawarkan. Bila berbicara tentang pesaing, pesaing lain juga banyak yang bergerak di bidang *trend fashion* hijab di Indonesia. Hanya saja kebanyakan *online shop* tersebut hanya menjual produk pabrian, bukan produk pribadi, sehingga dari segi desain dan corak sudah pasti berbeda. Selain itu banyak juga pesaing di antaranya beberapa artis di Indonesia yang mempunyai bisnis *printed scarf*, tetapi harga yang ditawarkan terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Kairin Scarf.

Hal yang menjadi fokus utama Kairin Scarf dan menjadikannya peluang bisnis yang bisa menarik minat konsumen Indonesia. Produk Kairin Scarf menggunakan bahan yang cukup premium, karena bahan yang digunakan adalah Voal. Dengan ukuran 115x115 cm voal ini sangat nyaman digunakan untuk semua orang dan sangat nyaman untuk digunakan sehari-hari karena bahan voal tidak terasa panas saat digunakan dan tidak mudah kusut jika dibandingkan dengan jenis kain lain. Harga yang

ditawarkan pun relatif terjangkau dalam bahan sejenis Voal. Hal lain yang membedakan Kairin Scarf dengan produsen hijab lain dan yang menjadi kelebihan dari sisi produknya adalah Kairin Scarf menjual produknya dalam beberapa edisi. Setiap edisinya memiliki corak dan motif yang berbeda. Ini menjadi hal yang menarik bagi kalangan calon konsumen karena produk Kairin Scarf memiliki keunikan tersendiri dibandingkan produsen lain.

Dan yang menjadi keunggulan lain dalam bidang persaingan adalah Kairin Scarf menjual produknya dengan berbahan Voal yang dalam penggunaannya sangat nyaman dan pemakaiannya tidak terlalu rumit.

Produk Kairin Scarf memiliki berbagai variasi. Kairin Scarf menjual produknya menggunakan sistem *Pre Order* per edisi nya. *Pre order* merupakan suatu sistem pembelian dimana konsumen memesan dan membayar produk diawal kemudian akan diproses jika sudah memenuhi kuota yang sudah ditentukan, Setiap edisinya memiliki tipe atau motif yang berbeda pula. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri bagi Kairin Scarf dari pesaingnya. Kemudian penulis berencana akan membuat sistem *ready stock*, tujuan *ready stock* agar konsumen tidak perlu menunggu lama.



Gambar 1.1 Produk Kairin Scarf

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Untuk segi target pasar, Kairin Scarf menjual produknya ke seluruh wilayah di Indonesia dikarenakan bisnis ini berbasis *online*. Target lainnya adalah para pengguna hijab di Indonesia. Dari segi usia, target utama Kairin Scarf adalah wanita yang berumur 18-40 tahun yang berpenghasilan menengah keatas. Karena dari segi desain, produk Kairin Scarf sangat cocok digunakan untuk kalangan remaja hingga dewasa. Bisnis ini akan sangat berpotensi baik karena penulis yakin *fashion* hijab di Indonesia akan mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Dalam penjualannya, Kairin Scarf menggunakan beberapa sosial media untuk mempromosikan produknya. Beberapa diantaranya adalah Instagram, dan Official Account Line. Hal lain yang dilakukan Kairin Scarf dalam mempromosikan produknya adalah melalui *Word of Mouth* kepada teman teman dari pemilik Kairin Scarf (Mahasiswi kota Bandung). Selain itu, pemilik juga memasarkan produknya melalui akun Instagram teman temannya dan beberapa kali Kairin Scarf juga memanfaatkan jasa *endorse* untuk mempromosikan produknya terutama di kalangan pengguna Instagram.

Berdasarkan perhitungan kelayakan investasi, Kairin Scarf memiliki perkiraan penjualan selama 3 tahun kedepan yaitu pada tahun 2019-2021. Pada tahun 2019 perkiraan penjualan sebesar Rp 105.750.000,00, tahun 2020 meningkat sebesar 20% dari tahun pertama atau sekitar Rp 129.000.000,00, dan tahun 2021 meningkat sebesar 40% dari tahun kedua atau sekitar Rp 187.500.000,00. Nilai tersebut memperlihatkan pertumbuhan usaha Kairin Scarf. Hasil perhitungan *Net Present Value* dengan *discount factor* 20% adalah sebesar Rp 41.399.697. Hasil perhitungan *Payback Period* adalah selama 5 bulan 21 hari. Hasil perhitungan *Profitability Index* yaitu sebesar 7,94. Karena nilai *Net Present Value* sebesar Rp 41.399.697, *Payback Period* selama 5 bulan 21 hari dan hasil *Profitability Index* yaitu $7,94 > 1$ maka usaha ini layak untuk dijalankan.

1.2.Deskripsi Bisnis

Nama : Kairin Scarf, kairin (bahasa Arab) yang berarti bagus atau baik berasal dari kalimat "jazakallah khairan" dimana kalimat ini digunakan sebagai bentuk rasa terima kasih seorang muslim terhadap sesama muslim lainnya yang telah melakukan suatu kebaikan.. Sedangkan *scarf* (bahasa Inggris) yang berarti sehelai kain. Jadi arti dari nama kairin scarf adalah kain yang bagus atau baik.

Logo :



Gambar 1.2 Logo Kairin Scarf

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Arti dari logo Kairin Scarf yaitu :

- Warna latar dari logo tersebut berwarna pastel yang sangat mencerminkan perempuan dan feminim, karena produk Kairin Scarf dikhususkan bagi perempuan.
- Dominan berbentuk bunga karena motif tersebut merupakan pelopor dari usaha ini dan yang menjadikan *trend* pada *printed scarf* hingga saat ini.

Bentuk Kepemilikan : Perseorangan

Visi

Menjadi salah satu produsen *printed scarf* yang memiliki kualitas dan pelayanan terbaik bagi konsumen di tahun 2023.

Misi

1. Menyediakan produk *scarf* yang berkualitas dan desain yang up to date agar produk Kairin Scarf diminati oleh para konsumen
2. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah agar hubungan dengan pelanggan bisa terjaga dengan baik
3. Melakukan inovasi pada setiap produknya dan selalu mengikuti trend yang ada

Alamat tempat usaha : Jl. Haji Hasan No.16 Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.