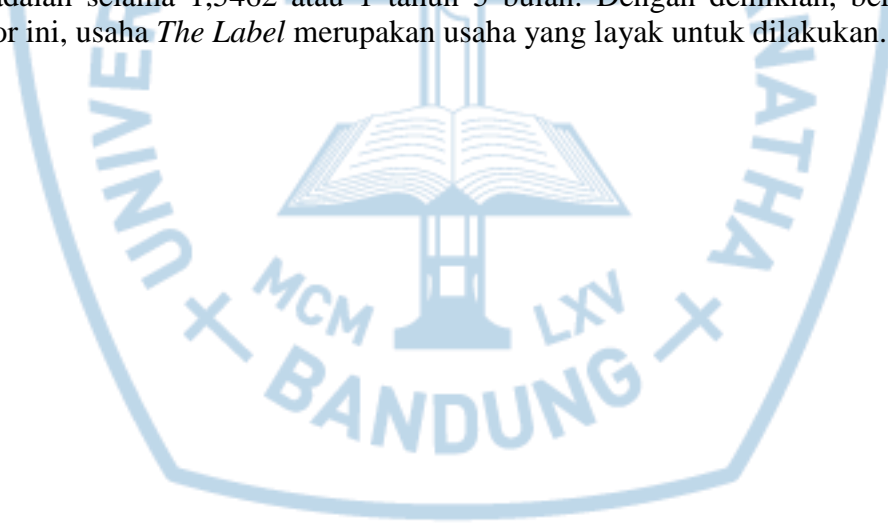


ABSTRAK

Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Perkembangan teknologi, terutama sosial media, juga membawa perubahan dalam industri *fashion*. Banyak produk-produk yang ditawarkan di *online shop*, mulai dari kebutuhan sehari-hari ataupun hanya sekedar kebutuhan tambahan seperti aksesoris, baik itu kebutuhan bagi anak-anak hingga dewasa.

Penulis tertarik untuk membuka bisnis baru sebagai *reseller* atau *dropshipper* bisnis *fashion online*. Dalam pembuatan usaha ini, usaha yang dilakukan menggunakan strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*concentrated marketing*). Hal ini berarti bahwa perusahaan memilih segmen pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen yang ada pada segmen pasar itu. Dalam pembuatan usaha, ini *The Label* memiliki saluran distribusi nol (*zero level channel*) dimana penjual langsung berinteraksi dengan pembeli.

Nilai NPV yang didapat dari hasil perhitungan adalah Rp 50,162,910 yang berarti bisnis ini layak untuk dijalankan, karena nilai NPV lebih besar dari 0 ($NPV > 0$), Dari hasil perhitungan diperoleh nilai PI 1,32 maka usaha ini layak dijalankan karena nilai $PI > 1$, dan dari hasil perhitungan maka payback period untuk bisnis *The Label* adalah selama 1,5462 atau 1 tahun 5 bulan. Dengan demikian, berdasarkan indikator ini, usaha *The Label* merupakan usaha yang layak untuk dilakukan.



ABSTRACT

Fashion becomes a part that cannot be separated from daily appearance and style. Technological developments, especially social media, have also brought changes in the fashion industry. Many products offered in online shops, ranging from daily necessities or just an additional need such as accessories, whether it's a necessity for children to adults.

Attractive authors to open new businesses as online fashion business resellers or dropshipper. In making this business, the business carried out uses a concentrated marketing strategy (concentrated marketing). This means that the company chooses certain market segments and offers products that are appropriate to the needs and desires of the consumer groups in that market segment. In making a business, The Label has a zero distribution channel where sellers directly interact with buyers.

The NPV value obtained from the results of the above calculation is IDR 50,162,910 which means that this business is feasible to run, because the NPV value is greater than 0 ($NPV > 0$). , and from the calculation results, the payback period for The Label business is 1,5462 or 1 year 5 month. Therefore, based on this indicator, The Label's effort is a viable effort to do.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2 Deskripsi Bisnis	5
BAB II ANALISA PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK.....	8
2.1 Area Ketertarikan.....	8
2.2 <i>Decision Matrix Analysis</i>	11
2.3 Analisis 5Q.....	15
2.4 Hasil Penelitian Awal.....	21
2.5 Analisis SWOT.....	22
BAB III ASPEK PEMASARAN.....	28
3.1 Pengertian Pemasaran	28

3.2 Strategi Pemasaran	29
3.3 Bauran Pemasaran.....	33
3.3.1 Produk	34
3.3.2 Harga.....	39
3.3.3 Distribusi.....	41
3.3.4 Promosi.....	42
3.4 Saluran Distribusi yang digunakan.....	44
3.5 Proyeksi Penjualan	47
BAB IV ASPEK OPERASIONAL	55
4.1 Peralatan dan Kapasitas Produksi / Operasional.....	55
4.1.1 Peralatan Produksi yang Dibutuhkan.....	55
4.1.2 Biaya Peralatan Produksi yang Dibutuhkan.....	58
4.1.3 Biaya Perlengkapan Usaha.....	59
4.1.4 Biaya Perlengkapan Usaha yang Dibutuhkan.....	60
4.2 Kebutuhan Biaya untuk Aktivitas Produksi.....	61
4.3 Proses Produksi yang Dilakukan	62
4.4 Lokasi dan Tata Letak (<i>Lay Out</i>)	64
4.5 Kapasitas Produksi	67
4.6 <i>Blueprint</i>	72
BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN.....	73
5.1 Pengertian Sumber Daya Manusia.....	73
5.2 Struktur Organisasi	73
5.3 Proses Rekrutemen, Seleksi, Dan Penerimaan Karyawan	76
5.3.1 Proses Rekrutmen.....	76

5.3.2 Proses Seleksi.....	77
5.4. Proses Orientasi, Pelatihan, dan Penilaian Kinerja Karyawan.....	78
5.4.1 Proses Orientasi.....	78
5.4.2 Proses Pelatihan.....	80
5.4.3 Penilaian Kinerja Karyawan.....	81
5.5. Kompensasi dan Jam Kerja Karyawan.....	82
5.6 Biaya untuk Sumber Daya Manusia.....	84
5.7 Standar Prosedur Operasi (SOP).....	84
BAB VI ASPEK KEUANGAN.....	89
6.1 Kebutuhan Dana.....	89
6.2 Kebutuhan Dana untuk Biaya Operasional Perusahaan.....	90
6.3 Kebutuhan Dana untuk Biaya SDM.....	91
6.4 Proyeksi Penjualan.....	91
6.5 Proyeksi Arus Kas.....	94
6.6 Analisis Investasi.....	96
6.6.1 <i>Net Present Value</i>	96
6.6.2 <i>Profitability Index</i>	97
6.6.3 <i>Payback Period</i>	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	101
<i>CURRICULUM VITAE</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>The Label</i>	5
Gambar 3.1 <i>London Vintage Dress</i>	35
Gambar 3.2 <i>Paris Vintage Dress</i>	36
Gambar 3.3 <i>Tank Top and Shorts Combo Madrid</i>	37
Gambar 3.4 <i>Tank Top and Shorts Combo Milan</i>	38
Gambar 3.5 <i>Prague Pants</i>	39
Gambar 3.6 Empat Tingkat Saluran Distribusi.....	46
Gambar 4.1 <i>Lay Out</i> Ruangan.....	64
Gambar 4.2 <i>Lay Out</i> Ruangan Tampak Depan.....	65
Gambar 4.3 <i>Lay Out</i> Ruangan Tampak Belakang.....	66
Gambar 5.1 Struktur Organisasi.....	74
Gambar 5.2 Proses Rekrutmen Karyawan.....	78
Gambar 5.3 SOP Umum.....	85
Gambar 5.4 SOP Pemesanan Produk.....	86
Gambar 5.5 SOP Pemeriksaan Produk.....	86
Gambar 5.6 SOP Penyimpanan Produk.....	87
Gambar 5.7 SOP Pengiriman Produk.....	87
Gambar 5.8 SOP Penerimaan Pembayaran.....	87
Gambar 5.9 SOP Pencatatan Administrasi dan Pelaporan.....	88
Gambar 6.0 SOP Penanganan Keluhan.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Area Ketertarikan	8
Tabel 2.2	Analisis Ide	13
Tabel 2.3	Perbandingan Berpasangan.....	14
Tabel 2.4	Pengambilan Keputusan	14
Tabel 2.5	Analisis Kuesioner.....	21
Tabel 2.6	Analisis SWOT.....	27
Tabel 3.1	Proyeksi Penjualan untuk Tahun Pertama.....	49
Tabel 3.2	Proyeksi Penjualan untuk Tahun Kedua.....	51
Tabel 3.3	Proyeksi Penjualan untuk Tahun Ketiga.....	53
Tabel 4.1	Peralatan Produksi.....	56
Tabel 4.2	Peralatan Produksi.....	58
Tabel 4.3	Perlengkapan Produksi.....	59
Tabel 4.4	Jumlah Perlengkapan Produksi.....	61
Tabel 4.5	Kebutuhan Biaya untuk Aktivitas Produksi.....	61
Tabel 4.6	Kapasitas Produksi.....	67
Tabel 5.1	Kegiatan Jadwal Karyawan.....	83
Tabel 5.2	Perhitungan Gaji Karyawan.....	84
Tabel 5.3	Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tahunan.....	84
Tabel 6.1	Kebutuhan Dana Untuk Peralatan Produksi.....	89
Tabel 6.2	Kebutuhan Dana untuk Perlengkapan yang Dibutuhkan.....	90
Tabel 6.3	Kebutuhan Dana untuk Pengeluaran Operasional.....	90
Tabel 6.4	Kebutuhan Dana untuk Pengeluaran SDM.....	91
Tabel 6.5	Kebutuhan Dana untuk Proyeksi Penjualan selama 3 Tahun.....	91

Tabel 6.6	Proyeksi Arus Kas selama 3 tahun.....	95
Tabel 6.7	Proyeksi NPV selama 3 tahun.....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Pengolahan Data Kuesioner.....	101
Lampiran B	Pengolahan Data Kenyataan Konsumen	101
Lampiran C	Pengolahan Data Harapan Konsumen.....	102

