

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya bidang bisnis. Forhypegood merupakan nama dari bisnis yang penulis jalani. Visi dalam usaha ini ialah menjadi sebuah usaha yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan dapat menjadi salah satu toko kepercayaan konsumen. Target dan potensi pasar adalah orang yang mencari barang – barang fashion yang sedang trend dan para pengoleksi barang – barang yang di pakai idolanya seperti artis idolanya. Bisnis ini secara keseluruhan layak untuk dijalankan berdasarkan pengukuran kelayakan investasi. net present value lebih besar dari 0 sebesar Rp 119,684,914, lalu tingkat internal rate of return dari bisnis ini melebihi suku bunga bank pada umumnya sebesar 7%, lalu Payback period = 1,54 hari. dilihat dari ratio manfaat dari suatu proyek atau biaya yang disebut profitability index pada bisnis ini ialah 1,86 lebih besar daripada angka 1, yang artinya secara jangka panjang akan memberi pemasukan yang melebihi kebutuhan dana awal.



## **ABSTRACT**

*The rapid development of technology has a great influence on various aspects of life, one of which is business. Forhypegood is the name of the business that the author lives. The vision in this business is to become a business that can provide the best service to consumers and can become a store of consumer trust. The target and potential of the market are people who are looking for trendy fashion items and collectors of items that their idols use like their idol artists. This business as a whole is feasible to run based on measurements of investment feasibility. net present value greater than 0 in the amount of Rp. 119,684,914, then the internal rate of return of this business exceeds bank interest rates in general by 7%, then Payback period = 1.54 days. seen from the benefit ratio of a project or cost called the profitability index in this business is 1.86 greater than number 1, which means that in the long run it will provide income that exceeds the initial funding needs.*



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI.....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I: RINGKASAN EKSEKUTIF .....	1
1.1.Deskripsi bisnis.....	1
1.2.Peluang Bisnis .....	3
1.3.Produk .....	3
1.4. Target dan Potensi Pasar .....	4
1.5 Strategi Pemasaran.....	5
1.6 kelayakan investasi .....	7
1.6.1 Manfaat Kelayakan Investasi.....	8
BAB II: ANALISIS PELUANG DAN IDE PRODUK.....	10
2.1 Analisis Peluang Bisnis .....	10
2.1.1 Faktor Internal.....	11
Faktor Eksternal.....	12

2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar .....	14
2.2.1.SWOT Matriks.....	15
2.2. Table EFAS Matrix.....	16
2.3. IFAS Matrix.....	17
2.4. Perencanaan tahunan.....	19
Tahun ke 1:.....	19
Tahun ke -2.....	20
Tahun ke -3.....	20
BAB III: ANALISIS PEMASARAN .....	622
3.1.Strategi Pemasaran.....	22
3.1.1.Segmentasi Pasar .....	22
3.1.2 Target Pasar .....	25
3.1.3 Positioning.....	25
3.2 Bauran Pemasaran.....	27
3.2.2.Product (Produk).....	27
3.2.2.Price (Harga).....	28
3.1.3.Place (Tempat).....	31
3.1.4. Promotion (Promosi).....	32
3.2.Perkiraan Penjualan.....	34
BAB IV: ASPEK OPERASIONAL .....	83
4.1. Peralatan dan Kapastias Produksi / Operasi .....	83
4.2.Proses Produksi / Operasi.....	84
4.3.Tata waktu pelaksanaan kerja .....	84

BAB V: ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN .....	65
5.1 Struktur Organisasi .....	65
5.1.1 Deskripsi Pekerjaan.....	65
5.2.Perencanaan SDM.....	68
5.3.Waktu kerja dan Kompensasi .....	69
5.4.Kompensasi .....	70
5.4.1.Upah dan Gaji .....	70
5.4.2.Insentif.....	71
5.4.3.Tunjangan .....	71
5.5.Standard Operating Procedure.....	71
5.5.1.Prinsip-prinsip SOP.....	73
5.5.2.Proses Produksi / Operasi.....	74
5.5.3.Tata waktu pelaksanaan kerja.....	74
5.5.4.Tata cara pemesanan online.....	75
5.5.5.Tata Cara Penjualan .....	75
5.5.6.SOP Forhypegood .....	76
BAB VI: ASPEK KEUANGAN .....	77
6.1. Sumber Pembiayaan.....	77
6.3.Penetapan Harga .....	82
6.4 Sumber Dana .....	83
6.3 Proyeksi Neraca .....	84
6.5 Penilaian Kelayakan Investasi .....	88
6.5.1 Perhitungan Net Present Value (NPV).....	88
6.5.2 Perhitungan Payback Period (PBP).....	89
6.5.3 Perhitungan Profitability Index (PI).....	90
RANGKUMAN.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. SWOT Matriks .....	15
Tabel 2.2. EFAS Matrix .....	16
Tabel 2.3. IFAS Matrix .....	17
Tabel 3.1: Jenis dan Harga .....	31
Tabel 3.2. Perkiraan Penjualan Bulan Januari .....	34
Tabel 3.3. Perkiraan Penjualan Bulan Februari .....	35
Tabel 3.4. Perkiraan Penjualan Bulan Maret .....	36
Tabel 3.5. Perkiraan Penjualan Triwulan Pertama .....	36
Tabel 3.6. Perkiraan Penjualan Bulan April .....	37
Tabel 3.7. Perkiraan Penjualan Bulan Mei .....	38
Tabel 3.8. Perkiraan Penjualan Bulan Juni .....	39
Tabel 3.9. Perkiraan Penjualan Triwulan Kedua .....	40
Tabel 3.10. Perkiraan Penjualan Bulan Juli .....	40
Tabel 3.11. Perkiraan Penjualan Bulan Agustus .....	41
Tabel 3.12. Perkiraan Penjualan Bulan September .....	41
Tabel 3.13. Perkiraan Penjualan Triwulan ketiga .....	42
Tabel 3.14. Perkiraan Penjualan Bulan Oktober .....	42
Tabel 3.15. Perkiraan Penjualan Bulan November .....	43
Tabel 3.16. Perkiraan Penjualan Bulan Desember .....	43
Tabel 3.17. Perkiraan Penjualan Triwulan ke empat .....	44
Tabel 3.18. Perkiraan Penjualan Bulan Januari .....	45
Tabel 3.19. Perkiraan Penjualan Bulan Februari .....	45
Tabel 3.20. Perkiraan Penjualan Bulan Maret .....	46
Tabel 3.21.. Perkiraan Penjualan Triwulan pertama .....	46
Tabel 3.22. Perkiraan Penjualan Bulan April .....	47

Tabel 3.23. Perkiraan Penjualan Bulan Mei.....	47
Tabel 3.24. Perkiraan Penjualan Bulan Juni .....	48
Tabel 3.25. Perkiraan Penjualan Triwulan Kedua.....	48
Tabel 3.26. Perkiraan Penjualan Bulan Juli .....	49
Tabel 3.27. Perkiraan Penjualan Bulan Agustus .....	49
Tabel 3.28. Perkiraan Penjualan Bulan September .....	50
Tabel 3.9. Perkiraan Penjualan Triwulan Ketiga.....	50
Tabel 3.30. Perkiraan Penjualan Bulan Oktober .....	51
Tabel 3.31. Perkiraan Penjualan Bulan November.....	51
Tabel 3.32. Perkiraan Penjualan Bulan Desember .....	52
Tabel 3.33. Perkiraan Penjualan Triwulan Keempat.....	52
Tabel 3.34. Perkiraan Penjualan Bulan Januari.....	53
Tabel 3.35. Perkiraan Penjualan Bulan Febuari .....	53
Tabel 3.36. Perkiraan Penjualan Bulan Maret.....	54
Tabel 3.37. Perkiraan Penjualan Triwulan pertama.....	54
Tabel 3.38. Perkiraan Penjualan Bulan April.....	55
Tabel 3.39. Perkiraan Penjualan Bulan Mei.....	55
Tabel 3.40. Perkiraan Penjualan Bulan Juni .....	56
Tabel 3.41. Perkiraan Penjualan Triwulan kedua.....	56
Tabel 3.42. Perkiraan Penjualan Bulan Juli .....	57
Tabel 3.43. Perkiraan Penjualan Bulan Agustus .....	57
Tabel 3.44. Perkiraan Penjualan Bulan september .....	58
Tabel 3.45. Perkiraan Penjualan Triwulan ketiga.....	59
Tabel 3.46. Perkiraan Penjualan Bulan Oktober .....	59
Tabel 3.47. Perkiraan Penjualan Bulan November.....	60
Tabel 3.48. Perkiraan Penjualan Bulan Desember .....	60
Tabel 3.49. Perkiraan Penjualan Triwulan keempat.....	61
Gambar 5.1. Bagan Struktur Organisasi .....	65

Tabel 5.2. Deskripsi Pekerjaan.....	66
Tabel 5.2. jadwal waktu kerja .....	70
Tabel 6.1 Kebutuhan Dana.....	81
Tabel 6.2 Daftar Harga untuk Penjualan.....	82
Tabel 6.3 Daftar Harga untuk Pembelian dari Supplier.....	83
Tabel 6.5 Proyeksi Laba Rugi 2020 .....	85
Tabel 6.9 Proyeksi Payback Period .....	89
Tabel 6.10 Perhitungan Profitability Index.....	91





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Forhypegood .....	1
Gambar 1.2 Barang Forhypegood .....	4
Gambar 3.1 Produk Forhypegood .....	30
Gambar 6.3 Rumus Profitability Index.....	90

