

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Isu yang sangat terkenal dalam istilah kewirausahaan bahwa “generasi 3 adalah generasi penghancur perusahaan“ terutama dalam bisnis keluarga di Indonesia. Seharusnya hal itu tidak akan terjadi apabila generasi penerus memiliki tujuan yang sama dengan generasi sebelumnya serta memiliki keinginan dari dalam diri sendiri untuk mengembangkan bisnis yang sudah dijalankan sebelumnya. Maka bisnis tersebut akan tetap hidup dan dapat bertahan mengikuti perkembangan jaman.

Nama perusahaan yang penulis kembangkan adalah “*Lourinsa Indonesia*”, Penulis di sini akan mengembangkan bisnis ini lebih ke arah *Graphic T-Shirt* sesuai dengan ketertarikan penulis hingga perusahaan dapat memberikan bonafit yang baik.

Konsep pengembangan bisnis yang dijalankan perusahaan meliputi perubahan variasi produk dari warna, *design*, ukuran yang tentunya akan menambah profit perusahaan dan sistem operasional perusahaan seperti sistem, ijin, jam masuk, dan perubahan tata letak gudang serta penggunaan media *online* sebagai alat pemasaran yang memungkinkan produk lebih dikenal oleh masyarakat yang belum terjangkau sebelumnya.

Lourinsa Indonesia menargetkan konsumen di pulau Jawa, khususnya di wilayah Bandung. Adapun target pasar *Lourinsa Indonesia* adalah konsumen yang berusia 10 – 50 tahun dan berpenghasilan lebih dari 5 juta rupiah. *Lourinsa*

Indonesia menawarkan harga yang terjangkau oleh pelanggan yaitu sebesar Rp57.000 hingga Rp75.000.

Strategi pemasaran Lourinsa Indonesia dilakukan melalui media *online* seperti Instagram, Shopee, TokoPedia, dan Website Lourinsa Indonesia. Dengan penggunaan media *online* diharapkan agar penjualan produk Lourinsa Indonesia mengalami peningkatan dari sebelumnya.

Lourinsa Indonesia adalah bisnis kecil menengah dan bersifat *home industry*. Dalam proses produksi, pengembangan yang dilakukan adalah dengan penambahan design kaos *T-Shirt* dan mesin *cutting* serta mesin printing kaos *T-Shirt*, penambahan produk dan ukuran kaos *T-Shirt*.

Proses produksi Lourinsa Indonesia dimulai dari penerimaan kaos *T-Shirt* dari pabrik, disain melakukan pemilihan bahan, *cutting* dan penyablonan, *finishing* dan *packing*. Sistem pemesanan produk Lourinsa melalui media *online* atau media sosial dan tersedia di *Dept – Store* (dimana sebelumnya *Dept – Store* melakukan pemesanan ke Lourinsa). Kapasitas produksi Lourinsa Indonesia per – bulan adalah 1250 unit untuk bahan Spandek dan 1250 unit untuk bahan Combed.

Pengembangan yang dilakukan dalam bisnis Lourinsa Indonesia salah satunya adalah di bagian pengelolaan sumber daya insani. Kegiatan pengembangan banyak dilakukan bermacam-macam aspek, oleh karena itu dibutuhkan tambahan pegawai untuk melakukan semua pekerjaan. Setelah dilakukan pengembangan, sebanyak 15 pegawai untuk mengerjakan keseluruhan proses pekerjaan di Lourinsa Indonesia dimana dibagi menjadi beberapa divisi yakni: operasi, pemasaran, penjualan, gudang, dan pegawai. Setiap pegawai Lourinsa Indonesia memiliki

keahlian masing-masing yaitu teknisi atau memproduksi barang serta memasarkan barang/ promosi.

Total modal yang dibutuhkan untuk melakukan pengembangan bisnis Lourinsa Indonesia adalah sebesar Rp115.780.000 yang terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Sumber dana tersebut berasal dari sebagian keuntungan penjualan Lourinsa Indonesia yang telah terkumpul dari periode sebelumnya. NPV yang dihasilkan setelah pengembangan bisnis dilakukan adalah sebesar Rp575.849.217. Untuk IRR setelah pengembangan akan meningkat menjadi 75,46% dari sebelum dilakukan pengembangan adalah sebesar 52,04%. *Payback Period* untuk melakukan pengembangan ini akan tercapai saat 1 bulan 13 hari. PI yang diperoleh sebesar 37,49 dimana pengembangan bisnis Lourinsa Indonesia layak untuk dijalankan. Penjualan selalu meningkat dari periode ke periode selanjutnya.

1.2 Deskripsi Bisnis

Latar belakang “LOURINSA INDONESIA” atau biasa dikenal “LOURINS” merupakan perusahaan keluarga yang dikelola sendiri oleh kedua orang tua penulis. Lourinsa Indonesia berdiri sejak tahun 1989. Ketika itu hanya menjual dompet dan ikat pinggang secara kredit dan konsinyasi untuk kota Bandung dan sekitarnya. Kemudian pada tahun 1993 Lourinsa Indonesia mulai mengembangkan diri untuk order secara langsung ke luar kota Bandung. Fokus pertama yaitu daerah Jawa Barat, Jawa Tengah sampai ke perbatasan Jawa Timur dengan jumlah barang yang lebih bervariasi, diantaranya: perlengkapan bayi, topi, tas, dompet, ikat pinggang, dan lain-lain.

Pada tahun 2013 mulai beroperasi kembali hingga saat ini namun hanya berfokus terhadap kaos *T-Shirt* atau distro (untuk kalangan anak-anak, remaja dan dewasa) secara *Online* dan secara berkala, Lourinsa tetap melayani order ke lapangan dengan mengunjungi langganan-langganan khususnya untuk daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

Merk Lourinsa diperoleh dari pemikiran Bapak Fransiskus Xaverius Suhermin dan Ibu Lucia Lenny Kusmiaty. Singkatan “*Lourdes*” berawal dari mereka yang mempunyai mimpi untuk pergi ke kota Lourdes, tempat bersejarah dan memiliki nilai spiritual bagi umat Katolik. Tujuan diberikannya nama “*Lourdes*” tersebut, usaha yang telah ditekuni tersebut dapat membawa sekeluarga pergi ke tempat bersejarah tersebut dan membawa mimpi tersebut menjadi kenyataan. Singkatan “*Indo*” berawal karena berkewarganegaraan Indonesia, lahir dan tinggal menetap di Indonesia. Singkatan “*Perkasa*” adalah kuat dan tangguh serta berani (gagah berani). Dengan harapan bisnis pun akan selalu terus berjalan, kuat, dan tangguh dalam menghadapi setiap masalah yang datang, Berani berarti siap untuk mengambil langkah pengambilan keputusan dalam menghadapi setiap masalah yang ada.

Produk yang dipasarkan oleh Lourinsa Indonesia adalah Pakaian *T-Shirt*. Pakaian yang digunakan untuk era ini adalah untuk bergaya. Pakaian yang paling sering digunakan adalah *T-Shirt*. Karena merupakan pakaian yang tergolong nyaman digunakan untuk beraktivitas sehari-hari dan berkegiatan.



Gambar 1.1 Logo Lourinsa
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Keterangan:

- Lambang S : Menunjukkan nama pemilik “SUHERMIN”
- LOURINSA INDONESIA : Menunjukkan singkatan dari Lourdes Indo Perkasa Indonesia
- Produsen – Distributor – Consignor : Bisnis Lourinsa sebagai produsen, distributor, dan *consignor*.
- Bentuk Kepemilikan : Perseorangan.

1.3 Visi, Misi, dan Lokasi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari perusahaan Lourinsa adalah sebagai berikut:

1.3.1 Visi Lourinsa Indonesia

- Bergerak dalam bidang perdagangan di bidang Fashion, khususnya kaos distro untuk di kalangan anak-anak dan dewasa.

1.3.2 Misi Lourinsa Indonesia

- Membentuk perusahaan yang modern, dinamis, mengikuti perkembangan zaman dan menguasai perdagangan di seluruh Indonesia.
- Menciptakan inovasi-inovasi baru untuk menarik perhatian pelanggan.

1.3.3 Lokasi Lourinsa Indonesia

Lokasi Lourinsa Indonesia berlokasi di kompleks Taman Kopo Indah Blok B – 67, Bandung Jawa Barat yang saat ini adalah tempat diproduksi kaos *T-Shirt* Lourinsa Indonesia. Pelanggan dapat membeli produk secara *online* melalui media Instagram, Shopee, TokoPedia, Website dan secara *offline* melalui penjualan langsung ke alamat tersebut atau datang ke *Department Store* yang menjadi partner bisnis Lourinsa Indonesia.

