

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

T-shirt atau biasa yang disebut dengan kaos merupakan suatu kebutuhan pokok bagi banyak masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, maka fungsi dari T-shirt tidak hanya untuk menutupi tubuh bagian atas manusia saja, tetapi sebagai gaya hidup untuk memercantik penampilan dalam berbusana, terutama pada kalangan remaja sampai dewasa muda. Pada tahun 1999 mulai trend dengan kaos distro (*distribution outlet*), yaitu suatu tempat usaha yang mendistribusikan produksi kaosnya dalam jumlah yang terbatas. Karena sifatnya yang terbatas, tidak banyak yang memilikinya sehingga tercipta sebuah kesan eksklusif dari produk kaos yang dihasilkan. Dan dari sanalah kaos distro mulai menjadi tren yang banyak dicari dan digemari. Selain distro, terdapat juga FO (*Factory Outlet*) yaitu tempat dimana para pabrik-pabrik garmen di Bandung menjual pakaian-pakaian “cacat”-nya atau reject untuk dijual kembali ke masyarakat dengan harga miring (<http://bandung.panduanwisata.com/daftar-factory-outlet-di-bandung/>).

Bandung terkenal dengan distro dan FO-nya karena kota inilah yang pertama kali memperkenalkan konsep *factory outlet*, sebelum menjamur seperti sekarang ini. Dan jumlah pengunjung FO di Bandung yang berkisar 1.000-1.500 orang per hari pada saat liburan sekarang hingga tahun baru juga merupakan suatu tolak ukur bahwa Bandung merupakan pusatnya distro dan FO (<http://www.bisnis-jabar.com/index.php/berita/foto-omzet-dan-jumlah-pengunjung-fo-di-bandung-naik-dua-kali-lipat>).

Berbanding terbalik dengan jumlah distro yang beredar di kota Jambi, salah satu propinsi yang ada di pulau Sumatera ini. Berdasarkan pengamatan pemilik di lapangan, produk distro-distro di Jambi kurang mengikuti perkembangan jaman / tidak *up to date* sehingga banyak dari kalangan remaja sampai dengan dewasa muda membeli T-shirt di luar kota. Tidak seperti di Bandung, persaingan distro-distro yang ada di propinsi Jambi masih sangat minim sehingga produk kaos dengan merek baru pun diyakini masih dapat diterima oleh pasar di Jambi.

Dari pengamatan yang dilakukan pemilik terhadap 10 outlet pakaian di kota Jambi, diketahui bahwa bahan baku / kain kaos yang digunakan untuk membuat T-shirt masih menggunakan kain *cotton* 30s. Dengan melihat fenomena tersebut, maka terlihatlah sebuah peluang usaha untuk membuat suatu produk T-shirt yang diproduksi di Bandung dan akan dipasarkan ke Jambi. Produk T-shirt tersebut diproduksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk T-shirt yang *up to date*, berkualitas, dan memiliki kesan eksklusif.

Bahan baku yang digunakan oleh pemilik berbeda dengan outlet-outlet yang ada di Jambi yaitu *cotton* 40s. Perbedaan ini menjadi keuntungan sendiri bagi pemilik, karena kain *cotton* 40s lebih cocok untuk dipakai di kota Jambi yang beriklim tropis / bercuaca panas sebab lebih tipis dibandingkan dengan kain *cotton* 30s yang lebih tebal. Selain itu, perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dan menyukai barang-barang baru yang sedang tren menjadi alasan tersendiri untuk memasarkan produk T-shirt dengan *brand* baru. Dengan melihat fenomena-fenomena yang telah disebutkan, maka pemilik optimis bahwa peluang usaha T-shirt dapat dikatakan cukup besar.

Walaupun peluang usaha T-shirt cukup besar, tetapi bisnis T-shirt juga merupakan bisnis penuh persaingan. Hal ini dapat dilihat dari mulai menjamurnya distro di kota Jambi, seperti : Habib Distro, Floom Store, Distro Ghalethan dan Gets/G. Walaupun masih tergolong baru, tetapi Gets/G mampu menarik 100 pengunjung di hari biasa dan 200 pengunjung setiap *week end* (<http://www.metrojambi.com/v1/bisnis/15292-produk-lokal-dari-bandung>). Selain itu, harga yang ditawarkan Habib Distro, Floom Store, Distro Ghalethan dan Gets/g juga cukup terjangkau, mulai dari Rp 75.000 – Rp 100.000.

Dalam penerapannya, pemilik menggunakan *brand* “POPULAR” untuk produk T-shirt yang dipasarkan. Pemilik menggunakan konsep T-shirt yang memiliki kesan eksklusif dimana desain-desain dibuat dan dicetak secara *limited / terbatas*. Maksud dari *limited / terbatas* adalah desain (gambar, tulisan, atau warna) yang digunakan hanya dicetak 1 kali saja untuk T-shirt yang berukuran S, M, L. Misalnya : Apabila T-shirt warna *black* dengan tulisan *popular* yang berukuran S telah terjual, maka T-shirt yang serupa dengan ukuran S tidak tersedia lagi. Tujuan dilakukannya konsep *limited* adalah untuk membuat *mindset* atau pandangan pelanggan terhadap “POPULAR” sebagai T-shirt yang memiliki nilai eksklusivitas.

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan T-shirt “POPULAR adalah 100 % kain berbahan katun dan ukuran benang yang dipakai adalah 40s. Huruf “s” dibelakang angka mempunyai singkatan *single knit* atau rajutan jarum tunggal yang menunjukkan jenis rajutan untuk bahan T-shirt. Jenis rajutan ini rapat, padat, kurang lentur, dan sebagian besar bahan kaos katun yang beredar di pasaran menggunakan tipe rajutan jarum tunggal ini. Pemilik memilih menggunakan bahan katun sebagai

bahan utama pembuatan T-shirt karena memiliki beberapa keunggulan, diantaranya :serat benang halus dan kuat, hasil rajutan dan penampilan lebih rata, tidak memiliki sifat panas dan mudah menyerap keringat sehingga sangat cocok digunakan di daerah beriklim tropis seperti Indonesia.

Untuk desain yang akan diaplikasikan kedalam T-shirt, biasanya referensi yang pemilik gunakan adalah dengan melakukan *browsing* di internet (google). Desain yang pemilik pilih berupa gambar dan tulisan-tulisan yang unik, biasanya dari desain T-shirt luar negeri. Desain yang dipilih untuk di aplikasikan ke dalam T-shirt tidak sepenuhnya pemilik copas (*copy paste*) mentah-mentah, melainkan diubah-ubah sesuai keinginan. Hal ini dikarenakan untuk menghindari sebutan sebagai *followers* di mata konsumen dan agar terlihat berbeda dengan desain awalnya (orisinil). Tidak semua desain yang di aplikasikan kedalam T-shirt “POPULAR” berasal dari internet, melainkan ada juga desain yang dibuat dari kreativitas pemilik usaha.

Target pasar utama yang ditentukan oleh “POPULAR” adalah konsumen remaja sampai dengan dewasa muda berusia antara 16 - 28 tahun yang berada di Jambi. Dipilihnya target remaja hingga dewasa muda dikarenakan sangat peduli dengan penampilan, mereka selalu ingin terlihat gaya, *up to date*, tidak pasaran, dan mencerminkan karakter mereka yang kreatif dan dinamis (<http://www.bandargarmen.com/peluang-usaha-kaos-distro>). Selain itu, hampir separuh masyarakat yang menggunakan internet di Indonesia berusia dibawah 30 tahun (<http://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia/>). Pada awal “POPULAR” didirikan, target pasarnya hanya teman-teman yang ada di media

sosial (facebook, twitter) dan *blackberry messenger* (bbm) saja karena pemilik belum mempunyai pengalaman berbisnis yang luas.

Potensi pasar garmen / pakaian di Indonesia sangat besar. Menurut Ketua Harian Asosiasi Pemasok Garmen dan Aksesori Indonesia (APGAI), Suryadi Sasmita mengungkapkan bahwa pasar garmen pada triwulan I 2013 bisa mencapai USD 3,3 miliar, meningkat dari realisasi periode yang sama tahun lalu sebesar USD 2,8 miliar (<http://www.businessnews.co.id/ekonomi-bisnis/pejuang-pasar-garmen-dalam-negeri-sangat-besar.php>).

Menurut Philip Kotler (2004 : 81) dalam (<http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-strategi-pemasaran-definisi.html>), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran yang “POPULAR” lakukan adalah dengan memberikan potongan harga sebesar 20 % untuk konsumen yang membeli minimal 2 pcs T-shirt. Selain itu, “POPULAR” juga memberikan garansi berupa penukaran T-shirt yang lama dengan yang baru apabila terjadi “cacat” (warna luntur) dalam rentang waktu 2 minggu setelah pembelian. Strategi penjualan yang dilakukan oleh “POPULAR” memakai media sosial seperti facebook dan twitter, selain itu pemilik juga menggunakan *blackberry messenger* (bbm). Agar konsumen mengetahui produk T-shirt yang dikeluarkan oleh “POPULAR”, maka pemilik meng-*upload* gambar atau foto T-shirt terbaru setiap 1 kali dalam 1 minggu. Foto / gambar yang di-*upload* selalu sama dengan kualitas dan T-shirt aslinya untuk menghindari kekecewaan dari konsumen. Dalam hal pelayanan, “POPULAR” selalu memberikan pelayanan yang baik, ramah dan memberikan respon / tanggapan yang

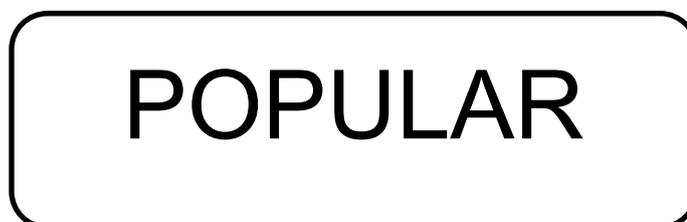
cepat kepada setiap konsumen sehingga konsumen tidak sungkan untuk bertanya lebih lanjut terhadap produk T-shirt “POPULAR”.

Untuk mengukur apakah usaha T-shirt “POPULAR” pantas/ tidaknya dijalankan, maka diperlukan perhitungan kelayakan investasi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2007 : 4) dalam (<http://alimirzafahlefi157.blogspot.com/2012/06/studi-kelayakan-bisnis.html?m=1>), studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian tentang layak atau tidaknya suatu proyek bisnis yang biasanya merupakan proyek investasi itu dilaksanakan. Menurut perhitungan *payback period*, bisnis T-shirt “POPULAR” layak dijalankan karena tingkat pengembaliannya adalah 7 bulan 20 hari, dan nilai dari *profitability index* lebih besar dari satu sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan. Selain itu, bisnis T-shirt “POPULAR” layak untuk dijalankan sebab nilai *net present value* lebih besar dari nol (Rp 66.156.281).

## 1.2 Deskripsi Bisnis

Dalam suatu usaha bisnis baik itu bidang barang maupun jasa pasti memiliki merek / *brand* yang berbeda dengan para pesaing. Menurut Kotler (2003) dalam (<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/definisi-merek/>), merek merupakan sebuah nama, istilah, simbol, atau desain atau kombinasi dari seluruhnya yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang-barang maupun jasa dari suatu kelompok penjual dan untuk membedakan produk mereka dari para pesaing. Pemilik menggunakan nama “POPULAR” sebagai merek atau *brand* dari produk T-shirt. Dalam bahasa Indonesia, “POPULAR” memiliki arti /definisi sesuatu yang dikenal dan disukai oleh banyak orang. Dengan memakai merek “POPULAR”, pemilik memiliki harapan bahwa produk T-shirt yang dijual dapat dikenal dan

disukai oleh pasar seperti arti namanya. Selain memiliki merek, usaha bisnis yang baik juga harus mempunyai logo (biasanya gambar) agar mudah diingat oleh konsumen. Berikut logo dari “POPULAR”:



**Gambar 1.2.1 Logo “POPULAR”**

Usaha bisnis yang pemilik jalankan ini merupakan usaha bisnis yang sederhana dan dapat dikatakan sebagai perusahaan perseorangan, karena kepemilikan bisnis hanya dipegang oleh satu orang saja dan modal yang digunakan untuk memulai usaha relatif kecil. Menurut Basswasta (2002) dalam (<http://aryab107.blogspot.com/2009/11/jenis-jenis-perusahaan.html?m=1>), perusahaan perseorangan adalah salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan.

Segala bidang usaha dari perusahaan perseorangan, PT, CV, koperasi, firma maupun BUMN harus memiliki izin usaha dari pemerintah agar kegiatan usaha bisnis dapat dijalankan dengan lancar sesuai dengan norma hukum. Dikarenakan usaha yang pemilik jalankan ini pengelolaannya masih sederhana, maka belum perlu untuk memiliki izin usaha yang bernama SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). Untuk saat ini alamat pemilik “POPULAR” dapat ditemukan di Jl. Babakan Jeruk Indah 1 No. 6, RT. 001 / RW 002, Kel. Sukagalih, Kec. Sukajadi. Alamat tersebut

merupakan sebuah kos-kosan sekaligus sebagai tempat penyimpanan T-shirt “POPULAR” yang polos maupun siap dijual. Oleh karena “POPULAR” belum memiliki alamat perusahaan untuk melakukan kegiatan produksi ataupun outlet untuk berjualan produk-produk T-shirt sehingga belum memerlukan SITU (Surat Izin Tempat Usaha). Tetapi apabila usaha sudah berkembang dan maju sampai dengan memiliki outlet sendiri, maka pemilik akan membuat SIUP dan SITU kepada pemerintah setempat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu keberhasilan suatu perusahaan sehingga dapat berkembang dengan pesat terletak pada penetapan visi dan misi yang jelas sehingga seluruh bagian usaha bisnis mengerti apa yang diinginkan perusahaan. Dengan berdirinya “POPULAR”, maka pemilik juga menciptakan suatu visi dan misi yang diharapkan dapat dicapai di masa yang akan datang. Berikut adalah visi dan misi dari “POPULAR” :

Visi

Menjadi produk T-shirt yang dicari dan diingat oleh konsumen propinsi Jambi pada tahun 2018.

Misi

- Terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas T-shirt
- Terus *up to date* terhadap perkembangan model / desain T-shirt
- Terus menjalin relasi yang baik dengan pelanggan
- Membuka outlet “POPULAR” di kota Jambi pada tahun 2018
- Memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen
- Memberikan harga spesial kepada pelanggan tetap “POPULAR”