RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

SUSTAINABLE FASHION BRAND

"LEMARIE"

Oleh :

Nama : Bella Fransiska

NIM : 75180388

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JUNI 2020

ABSTRAK

Bella Fransiska / 75180388 / 2020 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Sustainable Fashion Brand* "Lemarie" / Dosen Pembimbing: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

Lemarie adalah bisnis di industri mode yang mengusung dan berfokus pada *sustainable fashion* serta *ethical fashion*. Kantor Lemarie terletak di Banjar Wijaya, Tangerang.

Lemarie memiliki visi yakni "menjadi *brand fashion* pionir yang menjadikan *sustainability* sebagai standar inti dalam proses operasi, sehingga menciptakan produk ramah lingkungan yang berkualitas berstandar internasional dan mampu bersaing secara profesional". Misi Lemarie adalah sebagai berikut:

a. Memproduksi pakaian dengan menggunakan bahan *sustainable* atau berkelanjutan, meminimalkan jumlah komponen plastik yang terlibat ke pakaian maupun kemasan, teliti dalam menetapkan pemasok serta menciptakan produk yang berkualitas.
b. Mendesain pakain yang memiliki *value* jangka panjang sehingga produk yang diciptakan menjadi *favorite* bagi para pembelinya
c. Menerapkan disiplin dan teliti dalam pengoperasian perusahaan
d. Terus mengikuti informasi mengenai industri *fashion,* dan secara aktif melakukan *research* tren, permintaan, maupun peminatan dari masyarakat
e. Membangun tim yang kreatif dan penuh ide unik serta profesional dalam bekerja

Produk yang dihasilkan oleh Lemarie berupa pakaian yang ramah lingkungan dengan menggunakan bahan yang berasal dari serat alami. Dalam mempromosikan bisnisnya, Lemarie menggunakan sosial media dan banner sebagai alat pemasaran utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek dan jasa yang ditawarkan.

Dalam menunjang keberhasilan bisnis ini, diperlukan sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh Lemarie terdiri dari satu orang direktur merangkap desainer, satu orang manajer produksi, satu orang manajer keuangan, dan satu orang manajer pemasaran.

Investasi awal yang dibutuhkan Lemarie sebesar Rp 389.470.944 untuk 1 tahun pertama, yang digunakan untuk kas awal, biaya peralatan, biaya perlengkapan, bahan baku awal, biaya produksi, biaya renovasi, biaya pendirian PT, gaji pegawai, biaya pemasaran dan web, dan biaya utilitas.

Perkiraan laba rugi selama lima tahun kedepan dari tahun 2021 sampai tahun 2025, Lemarie menghasilkan laba dengan peningkatan yang cukup signifikan disetiap tahunnya.

Dilihat dari performa laporan arus kas, arus kas pada tahun 2021 bernilai positif diikuti dengan tahun-tahun berikutnya. Selain itu, hasil dari perhitungan dengan menggunakan perhitungan *Net Present Value* hasilnya layak dengan nilai Rp 455.707.422. Jika dilihat dari hasil perhitungan *Profitability Index*, Lemarie memiliki hasil analisis layak dengan nilai 3,583. Selain itu, berdasarkan analisis *Payback Period*, Lemarie memiliki periode pengembalian investasi dalam 1 tahun 4 bulan 26 hari. Dari hasil perhitungan-perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis pendirian usaha Lemarie sangat layak untuk dijalankan.

ABSTRACT

Bella Fransiska / 75180388/2020 / Business Plan for Establishment of a Sustainable Fashion Brand "Lemarie" / Advisor: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Sc.

Lemarie is a business in fashion industry that carries and focuses on sustainable fashion and ethical fashion. Lemarie's office. Lemarie's office located in Banjar Wijaya, Tangerang.

Lemarie has a vision of "becoming a pioneer fashion brand that makes sustainability a core standard in the operations process, so Lemarie can create environmental friendly products that have international standard quality and be able to compete professionally". Missions of Lemarie are:

a. *Producing clothing using sustainable materials, minimizing the number of plastic components involved in clothing and packaging, being careful in determining suppliers and creating quality products.*
b. *Design clothes that have long-term value so that the products created are a favorite for buyers.*
c. *Implement discipline and conscientious in the operation of the company.*
d. *Keep up with information about the fashion industry, and actively research trends, requests, and interests from the public(buyers).*
e. *Build a creative team and full of unique ideas as well professionals at work*

The products produced by Lemarie are environmentally friendly clothing with using raw materials derived from natural fibers. In promoting its business, Lemarie uses social media and banners as the main marketing tools to increase public awareness of the brands and services that offered.

In supporting the success of this business, human resources are needed. The human resources needed by Lemarie consist of one director and designer, one production manager, one financial manager, and one marketing manager.

The initial investment required by Lemarie is IDR 389.470.944 for the first 1 year, which is used for initial cash, equipment costs, equipment costs, initial raw materials, production costs, renovation costs, the cost of establishing PT, employee salaries, marketing and web costs, and utility costs.

Estimated profit and loss for the next five years from 2021 to 2025, Lemarie generated profits with a significant increase every year.

Estimated performance of the cash flow statement, cash flow in 2021 has a positive value followed by the following years. In addition, the results of calculations using the Net Present Value calculation are decent results with a value of Rp 455.707.422. As seen from the results of the calculation of the Profitability Index, Lemarie has the results of a decent analysis with a value of 3,583. In addition, based on Payback Period analysis, Lemarie has an investment return period of 1 year 4 months 26 days. From the results of the all calculations, it can be concluded that the Business Plan for Establishment of a Sustainable Fashion Brand "Lemarie" is feasible to run.

1. Latar Belakang

Lemarie merupakan bisnis di bidang usaha pakaian yang mengusung dan berfokus pada *sustainable fashion* serta *ethical fashion*. Lemarie berkomitmen untuk mengusahakan penggunaan bahan-bahan yang ramah lingkungan kedalam produk yang akan dihasilkan. Hal ini termasuk dalam pemilihan material kain, dan aksesorisnya. Material kain yang akan kami gunakan merupakan kain yang berasal dari serat alami seperti katun organik, tencel, hemp, linen, dan sutera. Untuk aksesoris seperti kancing, Lemarie menggunakan kancing yang berasal dari tempurung kelapa atau bambu. Selain penggunaan kain dan aksesoris yang bersifat ramah lingkungan, *packaging* atau kemasan yang digunakan merupakan material yang dapat di daur ulang seperti packaging karton, dan jika dikemudian hari memerlukan penggunaan plastik, akan digunakan *biodegradable plastic* atau plastik yang dapat terurai dengan alami dalam waktu relatif cepat, sehingga tidak mencemari lingkungan. Konsep bisnis Lemarie sendiri juga berkesinambungan dengan *tagline* yang dimiliki oleh Lemarie *"your favorite, timeless & sustainable choice"* dengan harapan produk yang diciptakan oleh Lemarie dapat menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat dan menjadi kesukaan semua orang, memiliki umur pemakaian yang panjang, dan memberikan dampak baik bagi lingkungan.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Lemarie yakni menjadi *brand fashion* pionir yang menjadikan *sustainability* sebagai standar inti dalam proses operasi, sehingga menciptakan produk ramah lingkungan yang berkualitas berstandar internasional dan mampu bersaing secara profesional.

Misi Lemarie adalah sebagai berikut:

f. Memproduksi pakaian dengan menggunakan bahan *sustainable* atau berkelanjutan, meminimalkan jumlah komponen plastik yang terlibat ke pakaian maupun kemasan, teliti dalam menetapkan pemasok serta menciptakan produk yang berkualitas.

g. Mendesain pakain yang memiliki *value* jangka panjang sehingga produk yang diciptakan menjadi *favorite* bagi para pembelinya

h. Menerapkan disiplin dan teliti dalam pengoperasian perusahaan

i. Terus mengikuti informasi mengenai industri *fashion,* dan secara aktif melakukan *research* tren, permintaan, maupun peminatan dari masyarakat

j. Membangun tim yang kreatif dan penuh ide unik serta profesional dalam bekerja

3. Produk

Produk yang dihasilkan oleh Lemarie adalah pakaian yang memiliki desain yang *timeless* dengan menggunakan kain ramah lingkungan yang berasal dari serat alami seperti katun organik, tencel, hemp, linen, dan sutera. Lemarie juga menggunakan tempurung kelapa atau bamboo sebagai aksesoris pakaian seperti kancing. Produk yang telah selesai diproduksi akan dilaunching secara berkala, setiap 3 bulan sekali. Pakaian yang diproduksi oleh Lemarie juga memiliki jumlah yang terbatas, dengan perkiraan 48 pcs per model.

4. Persaingan

Sebuah persaingan dalam bisnis pasti ada dan akan dihadapi oleh para pelaku bisnis. Persaingan merupakan hal yang wajar dan dapat dijadikan motivasi positif bagi para pelaku usaha. Dalam aspek ini, Lemarie menjadikan Sukkha Citta, RupaHaus dan Osem sebagai pesaing dari Lemarie. Dari hasil analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Lemarie memperoleh nilai 3,15, RupaHaus memperoleh nilai

3.2, Sukkha Citta memiliki nilai 3,6 dan Osem memiliki nilai sebesar 3. Hal ini menunjukkan Lemarie mampu bersaing dengan para brand yang telah terlebih dahulu ada.

5. Target dan Ukuran Pasar

Lemarie melakukan penjualan secara online yang membuat tidak adanya batasan target maupun ukuran pasar dalam segmentasi geografis. Dalam segmentasi demografis, Lemarie menargetkan masyarakat pada usia produktif dengan kelas sosial menengah keatas dengan target utama yakni perempuan. Namun tidak menutup kemungkinan laki-laki juga mejadi target pasar kami jika memungkinkan dibeberapa tahun kedepan. Dalam segmentasi psikografis, Lemarie fokus kepada konsumen yang peduli dan sadar terhadap lingkungan, memiliki *concern* lebih terhadap produk lokal dan keberlanjutan, menyukai *modern style fashion* namun s*imple*, dan produktif di kesehariannya.

6. Strategi pemasaran

Lemarie memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilaksanakan yakni:

a) Diferensiasi

Lemarie menciptakan produk pakaian yang berbeda dengan brand pakaian pada umumnya dikarenakan penggunaan bahan yang mendukung gerakan ramah lingkungan dan keberanjutan sehingga pakaian yang kami hasilkan memiliki umur yang lebih panjang. Pada hal kemasan, Lemarie memilih kemasan yang berasal dari kardus sehingga diharapkan konsumen dapat menggunakan kemasan ini untuk keperluan lainnya dan tidak terbuang sia-sia.

b) Positioning

Tagline *"your favorite, timeless & sustainable choice"* juga menjadi *brand positioning* bagi Lemarie dengan harapan dapat menyampai *value* pokok yang ada pada *brand*. Hasil produk yang diciptakan Lemarie didesain dengan tujuan menjadi pakaian yang sustainable bagi kehidupan, memiliki umur yang panjang sehingga tidak cepat menjadi limbah tekstil, dan diharapkan akan menjadi pakaian kesukaan para pelanggan dikarenakan bahan yang nyaman dan desain yang simple dapat digunakan diberbagai kesempatan. Sehingga diharapkan Lemarie akan menjadi brand pilihan utama diantara banyaknya brand pakaian yang ada.

c) Penetapan Harga

Strategi penetapan harga yang digunakan oleh Lemarie adalah cost oriented pricing yang dimana harga dari masing-masing produk berasal dari perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambahkan suatu persentase tertentu sebagai labanya

d) Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan oleh Lemarie adalah distribusi secara langsung dikarenakan penjualan dari hasil produk dijual secara langsung kepada konsumen tanpa menggunakan perantara penjualan. Saluran distribusi secara langsung ini Penulis gunakan agar dapat mengetahui lebih dalam mengenai target penjualan secara langsung dan dapat terdata dengan jelas untuk mengevaluasi penjualan dikemudian hari.

7. Tim Manajemen

Lemarie memiliki struktur organisasi yang sederhana dengan tim internal yang berjumlah 5 orang yakni direktur merangkap desainer, manajer produksi, manajer keuangan, dan manajer pemasaran. Selain itu, Lemarie menggunakan tenaga kerja eksternal untuk bagian produksi. Penggunaan tenaga kerja eksternal dibagian produksi

ini bertujuan untuk membuat hasil produksi dari perusahaan menghasilkan kualitas yang tinggi, tepat waktu dan efesien.

8. Kelayakan Keuntungan

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha Lemarie layak dijalankan atau tidak. Analisis keuangan yang dilakukan oleh Lemarie yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break-Even-Point* (BEP) yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 9. 1
Kesimpulan Kelayakan Investasi Lemarie

Analisis	**Batas Kelayakan**	**Hasil Analisis**	**Kesimpulan**
Payback Period	5 Tahun	1 tahun 4 bulan 26 hari	Layak
Net Present Value	NPV > 0	Rp 455.707.422	Layak
Profitability Index	PI > 1	3,583	Layak
Break Even Point	Penjualan > BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak

Sumber: Tabel 7.20, Tabel 7.21, Tabel 7.22, Tabel 7.23, Tabel 7.24, Tabel 7.25

A. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah melakukan berbagai macam analisis dan perhitungan keuangan seperti proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, proyeksi neraca serta berbagai perhitungan untuk menilai kelayakan usaha yang pada **BAB VII**, maka kelayakan pendirian usaha Lemarie dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis *Break Even Point* (BEP), dapat disimpulkan bahwa usaha Lemarie merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan jumlah penjualan Lemarie selalu lebih besar dibandingkan dengan nilai BEP yang ada.

2. Melalui perhitungan *Payback Period* (PP), diperkirakan Lemarie akan mencapai titik balik modal dalam 1 tahun 4 bulan 26 hari. Ini membuktikan bahwa usaha Lemarie layak untuk dijalankan karena periode pengembalian tidak lebih dari 5 tahun.
3. Melalui perhitungan *Net Present Value* (NPV), usaha Lemarie dikatakan layak untuk dijalankan karena nilai dari NPV > 0, yakni sebesar Rp 455.707.422
4. Melalui perhitungan *Profitability Index* (PI), bisnis Lemarie memiliki PI sebesar 3,583. Hal ini membuktikan bahwa investasi yang dilakukan kepada perusahaan Lemarie dapat dikatakan layak karena hasil PI dari Lemarie > 1.

Berdasarkan metode analisis kelayakan usaha tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis Lemarie memenuhi segala aspek dari analisis kelayakan usaha. Oleh karena itu, usaha Lemarie ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.