KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

RESUME

Toko pakaian *beGlanz Distro* adalah bisnis yang bergerak di bidang penyedia produk pakaian atau bisa di bilang bisnis dalam bidang *fashion.* Produk yang di jual toko pakaian *beGlanz Distro* lebih dominan produk pakaian *distro.* Toko pakaian *beGlanz Distro* ini sebagai distribusi pakaian yang produsennya adalah perusahaan pakaian *distro.*

beGlanz Distro direncanakan akan didirikan pada bulan Agustus 2015, di *Komplek Perumahan*, di kota Pontianak. *beGlanz Distro* adalah toko pakaian yang menjual pakaian remaja dewasa untuk pria dan wanita dengan desain yang eksklusif, *original*, unik dan menarik.

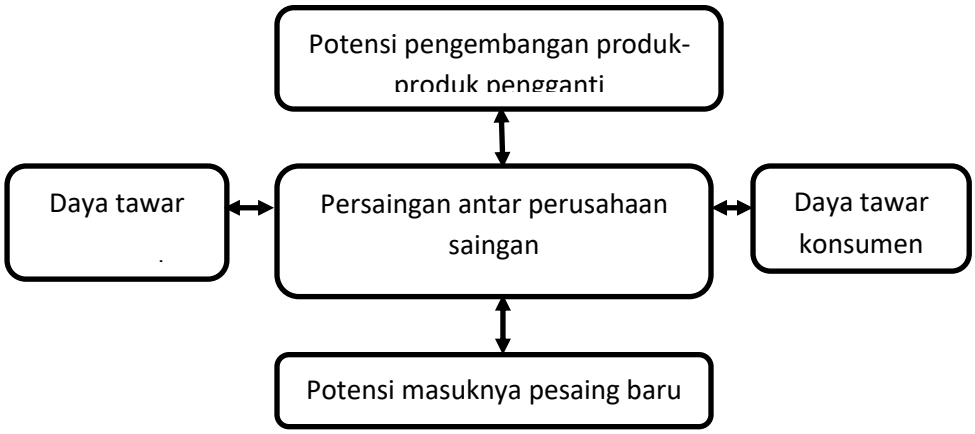
beGlanz Distro merupakan sebuah toko pakaian yang memiliki konsep yang unik, yaitu menawarkan pakaian dengan desain yang khas dari berbagai daerah dan pakaian distro yang ada di Indonesia dan selalu *update* pada berbagai kalangan, sehingga *beGlanz Distro* akan menjual desain yang berbeda-beda setiap bulannya, hal ini akan membuat konsumen hanya bisa membeli pakaian dengan desain yang mereka lihat dan suka dari *beGlanz Distro* pada bulan tersebut. Produk yang di produksi merupakan produksi orang Indonesia. Meskipun produk ini merupakan produk lokal, namun kualitasnya dapat bersaing dengan produk impor. *Space* yang digunakan untuk menjual pakaian tersebut akan dibuat *display* yang didekorasi dengan sedemikian rupa sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli pakaian dari *toko beGlanz Distro.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menurut David (2009:145) model lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Kondisi industri pakaian dapat dianalisis dengan menggunakan *Porter's Five-Forces Model* (Model Lima Kekuatan Porter). Model Lima Kekuatan Porter adalah suatu kerangka kerja untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael Porter dari Sekolah Bisnis Harvard pada tahun 1979. Menurut Porter, hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat pada gambar di halaman berikut ini :

Gambar 2.1

Model Lima Kekuatan Porter



Sumber : David (2009*), Manajemen Strategis* Konsep, Salemba Empat , Edisi 12, Jilid 1, 146

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Persaingan antar perusahaan saingan

Persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam 5 kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil hanya jika mereka memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Dalam industri *fashion* yang intensitas keadaan persaingannya besar, bisnis *distro* merupakan bisnis yang tergolong cukup lama di tanah air dan toko pakaian *beGlanz Distro* akan menyediakan pakaian dengan desain yang eksklusif, unik, dan *catchy*. Toko pakaian *beGlanz Distro* menyadari bahwa banyak pula pesaing yang berkecimpung dengan bidang yang sama, sehingga *beGlanz Distro* memberikan perbedaan produk dalam segi desain dari pakaian dan promosi akan dilakukan dengan intensitas yang tinggi.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Ketika perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke dalam industri tertentu, intensitas persaingan antar perusahaan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi dengan cepat, kebutuhan untuk mendapatkan teknologi dan pengetahuan khusus, kuatnya preferensi merek, lokasi, besarnya kebutuhan akan modal lain-lain. *beGlanz Distro* yang bergerak di bidang *fashion* menyadari bahwa kemungkinan masuknya pesaing baru cukup besar karena aspek-aspek di atas mudah diakses oleh pesaing baru.

3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Di dalam banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Adanya produk substitusi menciptakan batas harga yang tertinggi yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk substitusi. Toko pakaian *beGlanz Distro* yang menjual pakaian distro dengan berdesain

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

khas merasa bahwa potensi persaingan dengan produk substitusi tidak terlalu berpengaruh karena desain-desain pakaian yang dikeluarkan berbeda dengan yang lainnya.

4. Kekuatan tawar pemasok

Kekuatan tawar-menawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Sering kali kepentingan yang dicari pemasok dan produsen adalah memberikan harga yang masuk akal, memperbaiki kualitas, pengiriman *just-in-time* sehigga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Toko pakaian *beGlanz Distro* menjalin kemitraan yang baik dengan pemasok sehingga dapat mengurangi biaya persediaan dan kualitas terbaik yang di dapat dari pemasok.

5. Daya Tawar Konsumen

Ketika konsumen terkonsentrasi atau membeli dalam jumlah besar, kekuatan tawar menawar mereka menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standar atau tidak terdiferensiasi. Toko pakaian *beGlanz Distro* menyediakan produk yang berbeda dari toko pakaian lainnya, sehingga menghindari terjadinya daya tawar konsumen yang tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis *Company Profile Matrix* (CPM) menurut David (2009:160) matriks profil kompetitif (CPM) digunakan untuk mengidentifikasikan pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategisnya. Peringkat dan bobot skor total digunakan dalam menganalisis profil kompetitif yang nantinya akan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Analisis perbandingan ini memberikan informasi strategis yang penting. Berikut dilampirkan tabel *Company Profil Matrix* (CPM) di bawah ini *:*

Tabel 2.2

Tabel CPM
Company Profile Matrix

Faktor-faktor Keberhasilan Penting	Bobot	*beGlanz Distro*		*Numerique*		*Takong Inside*	
		Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Kualitas pakaian	0.25	3	0,75	3	0.75	2	0.5
Harga	0.20	2	0.4	3	0.6	4	0.8
Service	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Kenyamanan	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Penampilan	0.1	2	0.2	4	0.4	3	0.3
Promosi	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Reputasi	0.1	2	0.2	4	0.4	4	0.4
TOTAL	1		2.6		3.3		3.15

Sumber : *beGlanz Distro*

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Penjelasan :

Bobot diperoleh melalui survei yang dilakukan oleh penulis. Dimana angka 1 (kurang baik), angka 2 (cukup baik), 3 (baik), dan 4 (sangat baik).Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah satu.

Berdasarkan tabel 2.2 di atas yang sebagaimana faktor keberhasilan tersebut sudah dijelaskan sebagian di tabel 2.2, dapat dikatakan toko pakaian *beGlanz Distro* meskipun merupakan pemain baru dalam bisnis distro, tetapi dapat dipercaya karena *beGlanz Distro* menjual produk dengan kualitas yang baik dan harga yang bersaing, sehingga diharapkan dapat bersaing dengan para kompetitor.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berikut ini, merupakan analisis *beGlanz Distro*:

1. Kekuatan (*Strength*)
   a. Toko pakaian *beGlanz Distro* dapat menjangkau kalangan masyarakat, karena harga jual yang ditetapkan oleh *beGlanz* sangat kompetitif.
   b. Toko pakaian *beGlanz Distro* berada di lokasi *komplek perumahaan imigrasi.* Lokasi ini sangat strategis karena berada ditengah kota, dan ramai penduduk khususnya untuk muda-mudinya sehingga target bisa tercapai.
   c. Toko pakaian *beGlanz Distro* mempunyai nilai tambah atau kekuatan karena menawarkan desain *pakaian* yang eksklusif serta unik
2. Kelemahan (*Weakness*)
   a. Toko pakaian *beGlanz Distro* masih menawarkan pakaian dan sepatu saja, sehingga menjadi sebuah keterbatasan pelanggan ketika berbelanja.
   b. Toko pakaian *beGlanz Distro* merupakan pendatang baru dalam dunia *fashion,* dan reputasi dari nama toko belum terlalu terkenal.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

c. Toko pakaian *beGlanz Distro* tidak dapat menyediakan pakaian sebanyak kompetitor, karena keterbatasan modal dan varian desain kaosnya masih tergolong sedikit.

3. Peluang (*Opportunities*)

a. Tren bisnis pakaian mulai ramai sejak tahun 2000, sehingga menjadikan bisnis ini sangat menjanjikan.

(Sumber: http://peluangusaha.kontan.co.id/news/masa-booming-lewat-distro-masih-menjanjikan/2012/05/15 diakses pada tanggal 26 Maret 2015)

b. Produk yang dijual oleh *beGlanz Distro* merupakan kebutuhan primer, sehingga produk tersebut akan selalu dicari masyarakat.

c. Jumlah penduduk yang memiliki penghasilan sendiri terus meningkat.

d. Muda-mudi yang datang dari luar kota pontianak semakin meningkat.

4. Ancaman (*Threats*)

a. Adanya kompetitor atau pendatang baru yang menjual produk yang lebih baik dari *beGlanz Distro*.

b. Ide-ide desain yang dibuat oleh *beGlanz Distro* dapat ditiru oleh kompetitor lain.

Selanjutnya, penulis akan menggambarkan Analisis Matriks SWOT sebagaimana dijelaskan pada tabel 2.3 berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.3

Analisis Matriks SWOT
beGlanz Distro

	Strengths	Weaknesses
	1. Harga yang relatif terjangkau dan bersaing. 2. Penempatan lokasi yang strategis. 3. Desain *pakaian* yang eksklusif dan unik.	1. Lini produk yang tergolong sedikit 2. *Brand awareness* yang masih rendah, karena masih merupakan perusahaan baru. 3. Modal yang relatif lebih kecil dibandingkan pesaing lain.
Opportunities	SO Strategies	WO Strategies
1. Tren bisnis *distro* menjadikan bisnis ini menjanjikan. 2. Produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan primer. 3. Jumlah penduduk yang memiliki penghasilan sendir terus meningkat. 4. Muda-mudi yang datang dari luar kota Pontianak semakin meningkat.	1. Menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. (S1, O2) 2. Penyebaran informasi mengenai toko pakaian *beGlanz Distro* melalui surat kabar. (S2, O4, O3). 3. Tampilan toko nyaman di lihat untuk menarik konsumen agar datang dan membeli produk pakaian. (S2, O4)	1. Menciptakan *Brand Image* dengan memanfaatkan tren minat yang tinggi. Seperti, promosi lewat media internet. (W2, O1) 2. Mengembangkan lini produk, seperti menciptakan variasi produk. (W1, O3, O4)
Threats	ST Strategies	WT Strategies
1. Datangnya kompetitor baru dengan produk yang lebih baik. 2. Ide-ide desain yang bisa ditiru oleh kompetitor.	1. Mengembangkan metode desain agar tidak mudah ditiru oleh kompetitor . (S3, T2)	1. Meningkatkan *Brand beGlanz* kepada konsumen. (W2, T1) 2. Menciptakan inovasi dengan modal yang terbatas untuk bertahan dalam persaingan. (W3, T2)

Sumber : *beGlanz Distro*

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Visi

Menurut David (2013:87), "Pernyataan visi (*vision statement*) mencoba memberi jawaban atas pertanyaan "ingin menjadi seperti apa kita? Visi yang sama menciptakan kebersamaan kepentingan yang dapat mengangkat para pekerja keluar dari kemonotonan kerja sehari-hari serta menuntun mereka ke dunia baru yang ditandai oleh peluang dan tantangan."

Visi dari toko pakaian *beGlanz Distro* yaitu " Menjadi usaha bisnis di bidang *fashion* yang mampu menyediakan produk pakaian *distro* berkualitas, mampu memenuhi setiap permintaan konsumen dan terjangkau oleh semua kalangan masyarakat remaja dewasa kota Pontianak."

Misi

David (2011:85) juga menjelaskan bahwa, "Sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan

keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, "Apakah bisnis kita?" Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi."

Misi dari *beGlanz Distro* yaitu,

1. Kepuasan konsumen harus terpenuhi.
2. Memberikan peluang untuk staf mengeluarkan kreativitasnya.
3. Mendekatkan toko pakaian *beGlanz Distro* dengan kalangan masyarakat.
4. Meningkatkan kepercayaan masyarakat kota Pontianak kepada produk yang dijual oleh toko pakaian *beGlanz Distro*

Keterangan	Bulan dan Tanggal																														
	September																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Ide Bisnis																															
Survei Lokasi																															
Pendaftaran NPWP																															
	Oktober																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Mencari dan menyewa tempat																															
Pembuatan SIUP																															
	November																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Menyiapkan tempat usaha																															
Membeli perlengkapan dan peralatan																															
Mengatur *layout* toko																															
	Desember																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Melakukan kegiatan promosi																															
Menghubungi pemasok untuk pembelian stok awal																															
Perekrutan tenaga kerja																															
	Januari																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Pembukaan																															

Tabel 4.1 Tabel *Time Schedule beGlanz Distro*

Sumber: *beGlanz Distro*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

Penggunaan karya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisni

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan lapor
      penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
   tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Toko pakaian *beGlanz Distro* menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan biaya dari produk atau *cost-based pricing.* Karena metode ini bisa dibilang masuk akal untuk digunakan dalam menetapkan harga produk pakaian yang dijual oleh toko pakaian *beGlanz Distro.* Cara penghitungannya adalah menjumlah semua biaya yang dikeluarkan untuk memesan produk dari suplier dan setelah dijumlahkan baru menambahkan marjin keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Toko pakaian *beGlanz Distro* mengharapkan perolehan marjin keuntungan dari penjualan adalah sebesar 30% dari rata–rata persentase produk yang diijual. Harga juga diperkirakan naik 10% setiap tahunnya karena inflasi dan nilai tukar terhadap dolar.

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Karena promosi memiliki peranan penting bagi sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru, maka *beGlanz Distro* berencana untuk melakukan kegiatan promosi sebagai berikut:

1. Melalui Media Sosial

Dijaman yang sekarang ini banyak orang telah memiliki akun dalam media sosial, banyak muda-mudi dijaman yang canggih lebih aktif dalam media sosial. Karena kemudahan dalam bersosialisasi didunia maya orang-orang lebih suka berkomunikasi jarak jauh melalui media sosial. Begitu juga halnya informasi mengenai apa saja bisa ditemukan dalam dunia maya. Melihat kesempatan ini toko pakaian *beGlanz Distro* mulai menawarkan promosi melalui media sosial. Jaringan media sosial selain mudah dalam menjalankannya media sosial bisa dibilang media promosi yang sangat murah. Selain itu media sosial sangat fleksibel dalam penggunaannya, contohnya bisa melalui telepon genggam yang dapat digunakan dan dibawa kemanapun pergi. Kemudahan teknologi seperti ini cara kerja bisa lebih efisien dan efektif

Media sosial yang dapat digunakan oleh toko pakaian *beGlanz Distro* adalah sebagai berikut *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Alasan penulis menggunakan media sosial di atas karena tren anak muda yang sangat ramai menggunakan media sosial tersebut dan terkenal dikalangan masyarakat lainnya.

2. Melalui Media Publisitas – *Website*

Media interaktif *website* harus dimiliki perusahaan, hal ini karena website bisa dibuka oleh siapa saja dan kapanpun, sehingga dapat memastikan perusahaan tidak kehilangan konsumen. Selain itu dengan memiliki *website* perusahaan juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

produk tersebut. *Website* yang terawat dengan baik, sering di-*update* dan memiliki.

tampilan yang bagus biasanya mendapatkan promosi-promosi yang gratis dari *Google* dengan cara ketika orang mencari menggunakan *Google website* perusahaan dapat tampil di paling atas. Selain itu melalui *website* juga para konsumen dapat mencari informasi secara lengkap mengenai produk yang dijual dan informasi tentang perusahaan. Masih banyak keuntungan yang bisa ditawarkan dengan membuat *website.*

Dengan kelebihan-kelebihan yang bisa diperoleh itu akan menjadi sebuah peluang yang sangat menguntungkan bagi toko pakaian *beGalanz Distro* untuk semakin memperluas jangkauan promosi, itu semua cukup sebanding dengan uang yang dikeluarkan untuk membuat *website.*

3. Melalui Media Cetak kertas Selebaran

Media cetak selebaran ini juga dirasakan oleh pnulis cocok untuk digunakan dalam strategi promosi toko pakaian *beGlanz Distro.* Mudah dalam implementasinya juga lebih bisa dilihat oleh banyak masyarakat secara langsung. Selebaran seperti ini bisa langsung dibagikan kepada target yaitu anak muda. Pembagian selembaran ini bisa dilakukan secara langsung dalam lingkungan sekolahan atau di tempat umum.

Media cetak lainnya juga dapat berupa pemasangan spanduk di depan toko, kemudian penempelan *poster* di majalah dinding sekolahan tentunya sudah meminta ijin dengan pihak sekolahan, dan juga pemasangan *standing banner* di depan pintu toko sehingga setiap orang yang lewat dapat melihat dan membaca informasi yang tertulis di *standing banner* tersebut.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

4. Melalui Media Penjualan Perseorangan

Penulis juga memikirkan untuk menggunakan penjualan perseorangan dengan alasan konsumen bisa mendengar penjelasan secara langsung tentang produk yang di jual dan sekaligus bisa meyakinkan para konsumen untuk membeli pakaian yang dijual oleh toko pakaian *beGlanz Distro.* Melalui penjualan perseorangan ini juga diiharapkan bisa meningkatkan penjualan yang lebih tinggi sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang besar.

5. Melalui *Word of Mouth*

Penulis juga menerapkan metode ini dengan alasan bahwa anak muda yang menjadi target utama dari perusahaan itu memiliki banyak teman lainnya. Dengan demikian itu membuka peluang untuk toko pakaian *beGlanz Distro* memperkenalkan produk yang dijualnya. Anak muda yang sudah pernah membeli produk di toko pakaian *beGlanz Distro* dan merasa cocok serta nyaman dengan menggunakan pakaian yang dibelinya, maka dengan demikian anak muda tersebut bisa merekomendasikan produk dari toko pakaian *beGlanz Distro* kepada teman-teman lainnya. Dengan demikian ini akan menjadi cara yang efektif dan efisien untuk media promo toko pakaian *beGlanz Distro.*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 5.3

Ramalan Penjualan toko pakaian *beGlanz Distro*, 2016

Januari-Desember (dalam Rupiah)

Tanggal	Produk			Total
	Baju kaos	Celana Jeans	SepatuCasual	
Januari	17.680.000	29.250.000	24.960.000	71.890.000
Febuari	17.680.000	29.250.000	24.960.000	71.890.000
Maret	18.720.000	31.200.000	23.400.000	73.320.000
April	19.240.000	31.200.000	24.960.000	75.400.000
Mei	17.680.000	32.175.000	25.740.000	75.595.000
Juni	17.680.000	33.150.000	26.520.000	77.350.000
Juli	19.240.000	35.100.000	28.080.000	82.420.000
Agustus	19.760.000	36.075.000	28.860.000	84.695.000
September	19.760.000	36.075.000	28.860.000	84.695.000
Oktober	18.720.000	35.100.000	28.080.000	81.900.000
November	19.240.000	36.075.000	28.080.000	83.395.000
Desember	20.800.000	37.050.000	29.640.000	87.490.000
Total	226.200.000	401.700.000	322.140.000	950.040.000

Sumber: *beGlanz distro*

Tabel 5.4

Ramalan Penjualan selama 5 tahun toko pakaian *beGlanz Distro*

(dalam Rupiah)

Tahun	Penjualan
2016	950.040.000
2017	1.045.044.000
2018	1.149.548.400
2019	1.264.503.240
2020	1.390.953.564

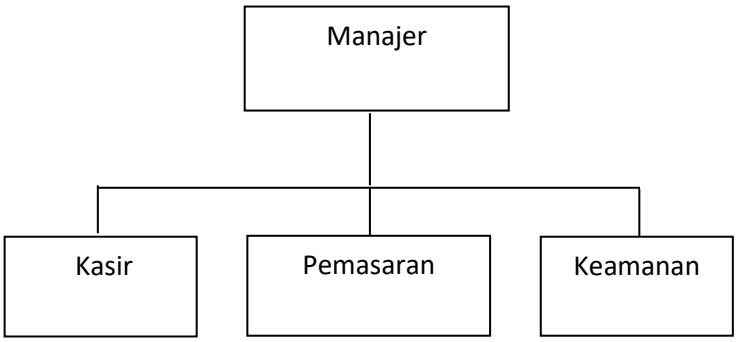
Sumber: *beGlanz Distro*

beGlanz Distro berasumsi dalam ramalan penjualan setiap tahunnya akan naik sebesar 10%.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 6.1

Struktur Organisasi toko pakaian *beGlanz Distro*



Sumber: *beGlanz Distro*

Uraian mengenai wewenang dan tanggung jawab pekerja di *beGlanz Distro* antara lain sebagai berikut:

1. Manajer
   a. Sebagai pengendali utama dan penanggung jawab atas seluruh aktivitas kantor.
   b. Sebagai pengambil keputusan taktis.
   c. Membangun hubungan baik dengan rekan bisnis utama yang terkait seperti *supplier*.
   d. Menerima laporan pertanggungjawaban sebulan sekali dari staf.
   e. Menerapkan sikap kepemimpinan kepada bawahan dengan menampung permasalahan yang terjadi untuk segera diambil langkah penyelesaiannya.
   f. Memberikan penghargaan dan hukuman bagi bawahan.
   g. Mengurus gaji dan THR karyawan.
2. Kasir
   a. Mengikuti pengarahan dari manajer.
   b. Menjadi pelayan di kasir saat konsumen ingin membayar barang yang di beli
   c. Mampu berkomunikasi dengan baik.
   d. Membantu manajer dalam mencatat laporan keuangan

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

3. Pemasaran

a. Mengikuti pengarahan dari manajer.

b. Harus bisa memasarkan produk kepada pelanggan yang datang.

c. Membantu pelanggan memberikan informasi mengenai produk.

d. Sebagai administrasi yang akan mengkonfirmasi bila ada pesanan melalui sosial media.

4. Keamanan

a. Mengikuti pengarahan dari manajer.

b. Sebagai pusat informasi tentang toko.

c. Menjaga keamanan di sekitar toko.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Setelah mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis yang akan dijalankan, maka *beGlanz Distro* mempersiapkan suatu rencana alternatif untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan terjadi yang disebabkan oleh kelemahan tersebut.

Rencana-rencana alternatif yang akan dilakukan oleh *beGlanz Distro* adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengarahan dan pelatihan kepada staf dalam perusahaan *beGlanz Distro* tentang teknologi yang akan di gunakan dalam perusahaan, pembelajaran tentang fashion yang semakin berkembang cepat, serta meminta para staf untuk selalu menguggah informasi tentang fashion dan pesaing yang ada.
2. *beGlanz Distro* harus mampu menghadapi persaingan di pasar dengan memberikan model pakaian yang unik dan khas serta kualitas pakaian yang bagus dan harga yang terjangkau. Peluang yang ada harus di ambil dengan mengkerahkan semua kekuatan yang terdapat dalam perusahaan. Kepercayaan pelanggan harus tetap di jaga.
3. *beGlanz Distro* dalam rencana jangka panjang ingin membuka pameran pakaian sendiri, ingin membuktikan kepada semua pelanggan bahwa pakaian yang di tawarkan itu berkualitas, moderen, anak muda banget, dan terjangkau hampir semua kalangan. Pameran pakaian ini juga di harapkan dapat membuat produk *beGlanz Distro* semakin dikenal dan disukai oleh semua pelanggan.
4. *beGlanz Distro* akan membuka lowongan pekerjaan secepat mungkin bila ada staf yang tiba-tiba mengundurkan diri.
5. Peningkatan dalam pelatihan juga sangat penting karena sangat di perlukan dalam pelayanan terhadap pelanggan. Baik dari segi cara bicara saat menawarkan produk, kesopanan, dan tingkat pengetahuan tentang *fashion.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

6. Berbicara dalam bisnis jangka panjang, *beGlanz Distro* berencana akan menambahkan jumlah staf pada tahun yang ke 3, karena melihat peningkatan penjualan dan mempercepat dalam pelayanan.
7. Pengendalian untuk suplier, *beGlanz Distro* akan mencari suplier-suplier yang bisa di ajak kerja sama ketika ada salah satu suplier yang berhalangan dalam memenuhi permintaan dari *beGlanz Distro.*

Toko pakaian *beGlanz Distro* telah menyelesaikan perhitungan keuangan yang akan menjadi dasar di mana usaha ini bisa di katakan layak untuk di jalankan. Perhitungan dapat di lihat pada Bab VIII, dari hasil perhitungan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Analisis *Break Even Point*, berdasarkan perhitungan pada bab 8 mengenai *Break Even* Point toko pakaian *beGlanz Distro* dapat di katakan layak karena jumlah pendapatan selalu lebih besar dari nilai *Break Even Point.*
- Perhitungan *Net Present Value* (NPV) toko pakaian *beGlanz Distro* Positif, yakni sebesar Rp 138.033.716, dengan nilai tersebut usaha toko pakaian *beGlanz Distro* dapat dkatakan layak.
- Berdasarkan perhitungan *Profitability Index beGlanz Distro* dihasilkan nilai PI = 1,58. Karena nilai PI > 1 sehingga usulan proyek ini dikatakan dapat diterima karena menguntungkan.
- Berdasarkan perhitungan dalam bab 8, tabel 8.23 dapat dilihat dalam waktu 2 tahun dan 11 bulan *beGlanz Distro* dapat mengembalikan seluruh modal awal, dan ditahun selanjutnya sudah bisa mendapatkan keuntungan.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

- Dari hasil perhitungan IRR sebesar 34,62% berarti usulan investasi *beGlanz Distro* dapat diterima karena IRR lebih besar dari *discount factor* yang dikehendaki, yaitu 19,77%. Sehingga usaha ini layak dijalankan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada bab 8, toko pakaian *beGlanz Distro* adalah usaha yang layak untuk di jalankan.

DAFTAR PUSTAKA

Djatmiko, Budi (2012), ***Studi Kelayakan Bisnis,*** Cetakan K2-2, Bandung, Penerbit STEMBI- Bandung *Business School.*

Dessler, Gary (2008). ***Human Resource Management***. Edisi Ke-11. International Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Fuad M, Christine H, Nurlela, Sugiarto, dan Paulus Y.E.F. (2006), ***Pengantar Bisnis,*** Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Guswai, Christian (2009), *Retails Excellence Series: Principles Of Retail Business*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert (2007), ***Bisnis,*** Edisi kedelapan, Jilid 1 Terjemahan oleh Sita Wardhani, Jakarta, Penerbit Erlangga.

Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad (2008), ***Study Kelayakan Proyek,*** Edisi Ke-4, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2008), ***Manajemen Pemasaran,*** Edisi Kedua Belas, Jilid 2, Terjemahan oleh Benyamin Mollan, Jakarta, Penerbit Indeks.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), ***Manajemen Pemasaran,*** Edisi Ketiga Belas, Jilid I, Terjemahan oleh Bob Sabran MM, Jakarta, Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. dan Gary Armstrong (2012). ***Principle of Marketing***. Edisi Ke-14. International Edition. Boston: Pearson Education.

R. David, Fred. (2009), ***Strategic Management Concepts and Cases,*** Edisi 12, USA: Pearson Education.

Saiman, Leonardus (2009), *Kewirausahaan:Teori, Praktek, dan Kasus-kasus*, Jakarta: Salemba Empat

Umar, Husein (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Tiga. Edisi Ke-10. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Web:

http://sukmainspirasi.com/peluang-bisnis-fashion-sangat-prospektif-di-indonesia

http://peluangusaha.kontan.co.id/news/masa-booming-lewat-distro-masih menjanjikan/2012/05/15

:http://arulmtp.wordpress.com/2008/08/03/analisa-swot-sebagai-alat-perumusan-strategi/

http://medan.tribunnews.com/mobile/index.php/2012/08/13/desainer-muda-di-mana-tempat-kami

CEIC, Perkiraan Mandiri Sekuritas

http://statistik.ptkpt.net/_a.php?_a=area&info1=6

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

furniturekantor.com dan *www.lazada.co.id*

http://www.pajak.go.id

www.jobindonesia.com.

http://www.carrefour.co.id

http://www.beritasatu.com/mode/166402-industri-fashion-indonesia-sumbang-rp-181-triliun-untuk-pdb.html.

http://www.google.co.id/search?site=&qo=upah+minimu+provinsi+pontianak+2015&aqs=mobile-gws-lite..&q=upah+minimum+provinsi+pontianak+2015

www.bi.go.id

(http://www.bi.go.id/id/perbankan/suku-bunga-dasar/Default.aspx

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie