



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Organic Apparel adalah usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang membuat pakaian dengan konsep *sustainable fashion* atau pakaian yang ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan organik. Organic Apparel akan berfokus pada pembuatan pakaian sehari-hari dengan bahan utama 100% katun organik. Produk yang dihasilkan oleh Organic Apparel merupakan pakaian yang dijahit sendiri, karena Organic Apparel berfokus pada kepuasan pelanggan, maka kualitas jahitan dari setiap pakaian haruslah bagus dan rapi, agar dapat menjadi nilai tambah bagi produk pakaian kami. Organic Apparel akan membuka toko pakaiannya di Pontianak sekaligus menjual secara online agar dapat menjangkau target lebih luas.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Organic Apparel :

Menjadi clothing brand ternama yang mengusung konsep pakaian yang ramah lingkungan dengan kualitas yang terbaik di Pontianak.

Misi Organic Apparel adalah :

- (1) Memproduksi pakaian dengan bahan-bahan organik yang ramah lingkungan.
- (2) Mendesain pakaian dengan kualitas yang baik.
- (3) Terus meng-*update* tren industri fashion yang menyesuaikan perkembangan jaman.
- (4) Memberikan pelayanan yang baik serta kepuasan pelanggan.
- (5) Memberikan standar kerja yang optimal bagi seluruh pekerja.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Produk

Untuk launching pertama Organic Apparel akan memfokuskan diri pada pakaian sehari-hari seperti kaos. Dengan alasan, kaos dapat dipakai oleh siapapun dimulai dari orang tua hingga anak-anak. Kaos juga mudah dipadupadankan dengan pakaian lainnya seperti blazer, outer, jeans, rok, dll. Kaospun cocok untuk digunakan dalam berbagai tempat dan situasi, karena sifatnya yang nyaman dipakai dan akan selalu *update* sepanjang masa. Kaos yang akan kami launching berbahan dasar kain organik yang masing-masing modelnya memiliki 7 warna yaitu putih, hitam, merah, biru, hijau, kuning, dan abu-abu. Berukuran S hingga XL dan unisex. Pakaian yang akan kami *launching* diantaranya : Basic Top, Long Top, Short Top, Collar Top, Button Top.

4. Persaingan

Di Pontianak sendiri belum ada pesaing sejenis yang memproduksi pakaian dengan konsep ramah lingkungan, sehingga penulis menggunakan pesaing dari luar Pontianak sebagai acuan, yaitu Osem dan Cinta Bumi Artisans. Berdasarkan analisis Competitive Profile Matrix (CPM), Organic Apparel memperoleh poin 3.02, sedangkan Osem memperoleh poin 3.49, dan Cinta Bumi Artisans memperoleh poin 3.24. Kekuatan dari Organic Apparel adalah menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan yang berkualitas, aktif memberikan edukasi, konten sosial media yang menarik, dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Sedangkan kekurangan Organic Apparel membutuhkan waktu yang lama untuk mengenalkan produk, harganya lebih mahal dari pakaian biasa, belum memiliki *brand image* yang terkenal, dan belum berpengalaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi geografi dari Organic Apparel berada di daerah Pontianak dan daerah sekitarnya. Kemudian Organic Apparel juga melakukan penjualan secara online sehingga pasar yang dijangkau dapat lebih luas, tidak terbatas hanya di daerah Pontianak dan sekitarnya, jadi dapat diakses dimanapun seseorang berada di Indonesia. Untuk kelompok usia Organic Apparel menargetkan pada usia produktif yaitu 15-64 tahun. Dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Kemudian untuk kelompok pendapatan, Organic Apparel berfokus pada kelompok masyarakat dengan pendapatan menengah ke atas, karena Organic Apparel menggunakan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan sehingga harga yang ditawarkan juga lumayan mahal. Organic Apparel akan berfokus pada konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan yang menyukai *style fashion* yang *modern* namun *simple*.

6. Strategi Pemasaran

Organic Apparel akan melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial Instagram dan Tik Tok. Melalui media sosial tersebut Organic Apparel akan memberikan edukasi-edukasi mengenai isu-isu industri fashion, sosial, lingkungan belakangan ini, maupun tentang pakaian ramah lingkungan. Organic Apparel juga akan meningkatkan penjualan dengan menggunakan iklan instagram dan meng-*endorse* beberapa influencers terkenal. Organic Apparel juga akan mendekati pelanggan langsung melalui mengikuti *event-event* yang ada untuk mempromosikan pakaian ramah lingkungan. Tidak hanya itu, terdapat banyak promosi-promosi yang akan diberikan oleh Organic Apparel juga melalui market place Shopee.

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



7. Tim Manajemen

Organic Apparel menggunakan struktur organisasi yang sederhana dengan jabatan tertinggi adalah direktur atau pemilik dari bisnis Organic Apparel sendiri dan langsung membawahi 3 bagian yaitu staf produksi, staf *sales & marketing*, dan staf keuangan.

Total tenaga kerja yang bekerja di Organic Apparel adalah 6 orang.

8. Kelayakan Usaha

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan kelayakan bisnis dari Organic Apparel. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu dengan metode *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *break even point* (BEP). Hasil yang diperoleh dari PP yaitu selama 1 tahun 2 bulan 12 hari, NPV sebesar Rp 389.893.503, PI sebesar 2,65 dan pada analisis BEP nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah usaha Organic Apparel layak untuk dijalankan.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi menunjukkan bahwa usaha Organic Apparel layak untuk dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.