



**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA  
PAKAIAN RAMAH LINGKUNGAN  
“ORGANIC APPAREL”**

**DI PONTIANAK**

Casella Lawrensia

Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara  
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

**ABSTRAK**

Casella Lawrensia / 71170058 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Pakaian Ramah Lingkungan “Organic Apparel” di Pontianak / Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. Organic Apparel adalah usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang membuat pakaian dengan konsep pakaian ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan organik yang berlokasi di Pasar Sudirman, Jalan Nusa Indah 2 no 41, Pontianak, Kalimantan Barat.

Organic Apparel akan berfokus pada pembuatan pakaian sehari-hari dengan bahan utama 100% katun organik. Pada peluncuran pertama Organic Apparel akan memfokuskan diri pada pakaian sehari-hari yaitu kaos. Kaos yang akan diluncurkan memiliki 7 warna dengan ukuran S hingga XL dan unisex, diantaranya : Basic Top, Long Top, Short Top, Collar Top, Button Top.

Agar dapat bersaing dengan kompetitor Organic Apparel menggunakan berbagai strategi promosi seperti melalui sosial media untuk mengiklankan produk, *mengendorse*, memberikan promosi seperti potongan harga dan *giveaways*, dan mengikuti acara-acara.

Organic Apparel memiliki 7 orang tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang direktur, 3 orang staf bagian produksi, 2 orang staf bagian penjualan dan pemasaran, serta 1 orang staf keuangan.

Investasi awal yang diperlukan oleh Organic Apparel adalah sebesar Rp 235.552.360 yang digunakan untuk kas awal, biaya sewa dan renovasi, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya bahan baku, gaji tenaga kerja, dan biaya pemasaran.

Organic Apparel menghasilkan laba dengan peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya yang dapat dilihat dari performa laporan arus kas, dimana arus kas akhir pada tahun pertama bernilai positif diikuti dengan tahun-tahun berikutnya. Selain itu, hasil perhitungan penilaian kelayakan investasi yaitu PP dalam waktu 1 tahun 2 bulan 12 hari dengan NPV sebesar Rp 389.893.503 > 0, dan PI sebesar 2,65 > 1. Dari hasil perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis pendirian usaha Organic Apparel layak untuk dijalankan

Kata Kunci : Organic Apparel, Pakaian Ramah Lingkungan, Katun Organik



## ABSTRACT

*Casella Lawrence / 71170058 / 2021 / Business Plan for the Establishment of an Eco-friendly Clothing Business "Organic Apparel" at Pontianak / Advisor : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M. Organic Apparel is a business engaged in fashion that makes clothes with an eco-friendly clothing concept using organic materials, which is located at Sudirman Market, Jalan Nusa Indah 2 number 41, Pontianak.*

*Organic Apparel will focus on making daily clothes with the main ingredient 100% organic cotton. At the first launch, Organic Apparel will focus on everyday clothes, namely t-shirts. The shirts will have 7 colors, with S to XL sizes and unisex, they are : Basic Top, Long Top, Short Top, Collar Top, Button Top.*

*In order to compete with competitors, Organic Apparel uses various promotional strategies, such as social media for advertise products, endorse, provide promotions such as discounted prices and giveaways, and participate in events.*

*Organic Apparel has 7 employees consisting of 1 director, 3 production staff, 2 sales and marketing staff, and 1 finance staff.*

*The initial investment required by the Organic Apparel is Rp 235.552.360 which is used for initial cash, rental and renovation costs, equipment costs, supply costs, raw material costs, employee salaries, and marketing costs.*

*Organic Apparel generates profits with a significant increase each year. Can be seen from the performance of the cash flow statement, the final cash flow in the first year is positive followed by the following years. In addition, the results of the investment feasibility assessment result are PP within 1 years 2 months 12 days with an NPV of IDR 389.893.503 > 0, and a PI of 2,65 > 1. From the results of these calculations, it can be concluded that the business plan for establishing Organic Apparel is feasible to run.*

**Keywords :** *Organic Apparel, Eco-Friendly Clothing, Organic Cotton*

### **Pendahuluan**

#### **Konsep Bisnis**

*Fast fashion* merupakan suatu strategi beberapa merek fashion yang mengikuti perubahan cepat dalam tren *fashion*. *Fast Fashion* adalah konsep yang digunakan oleh industri tekstil yang menghadirkan pakaian *ready-to-wear* dengan konsep pergantian mode yang cepat dalam kurun waktu tertentu.

Terdapat masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan yang muncul seiring tumbuhnya industri *Fast Fashion*. Secara sosial, industri tersebut dianggap telah mengeksploitasi pekerja di bawah umur dan banyak yang tidak dibayar sesuai upah minimum. Dari sisi ekonomi, terdapat potensi kerugian akibat pakaian yang jarang dipakai dan tidak terdaur ulang senilai sekitar US\$ 500 miliar per tahun. Sementara dari faktor lingkungan, industri *fast fashion* telah menghasilkan emisi senilai 1.715 ton per tahun dan menyumbang 20% dari limbah air di dunia, juga penggunaan poliester yang berasal dari bahan bakar fosil tidak hanya berdampak terhadap pemanasan global, melainkan juga dapat melepas *microfiber* (serat sintesis halus) yang dapat meningkat hingga 50 miliar plastik per tahun.



Dari kontroversi di atas, terdapat beberapa solusi yang dapat mengatasi beberapa masalah industri *fast fashion*, dan sekaligus dapat dijadikan sebagai peluang usaha dalam industri fashion, yaitu dengan hadirnya Organic Apparel sebagai *clothing brand* yang menerapkan konsep *sustainable fashion* atau pakaian ramah lingkungan dalam prosesnya, seperti memproduksi pakaian dengan bahan-bahan organik yang dapat meminimalkan dampak buruk terhadap lingkungan, dengan tanpa mengeksploitasi para pekerja, dan memberikan upah yang adil, serta membuat kondisi kerja yang aman.

### Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi :

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

#### Misi :

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

### Peluang Bisnis

Berdasarkan data dari Statista bahwa pendapatan dari *fashion* terus meningkat dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Diperkirakan pendapatan pada tahun 2021 akan mencapai US \$12.556 juta. Statista juga memperkirakan pendapatan dalam bidang *fashion* akan terus meningkat hingga 5 tahun ke depan. Dengan menunjukkan bahwa *apparel* atau pakaian merupakan sumber pendapatan terbesar selain sepatu, tas, dan aksesoris. Hal ini dapat dijadikan peluang untuk membuka usaha di bidang *fashion* khususnya pakaian.

Diketahui bahwa jumlah penduduk di Kota Pontianak mencapai 670.859. Hal ini merupakan peluang yang besar bagi Organic Apparel untuk dapat mencapai target pasar yang lebih besar. Dengan pemilihan lokasi di Pontianak Kota, tepatnya di Pasar Sudirman, tempat yang biasanya dikunjungi oleh warga Pontianak untuk membeli pakaian, elektronik, dll.

Dengan hasil survei terhadap penduduk Kota Pontianak mengenai ketertarikan mereka pada pakaian ramah lingkungan. Hasil menunjukkan dari 100 responden terdapat 55 responden yang dengan yakin menjawab “Ya” ingin membeli pakaian ramah lingkungan tersebut dan sebanyak 45 responden yang menjawab “Mungkin”. Mungkin artinya belum tentu, boleh jadi, dapat terjadi, tidak mustahil, dan sedapat-dapatnya.

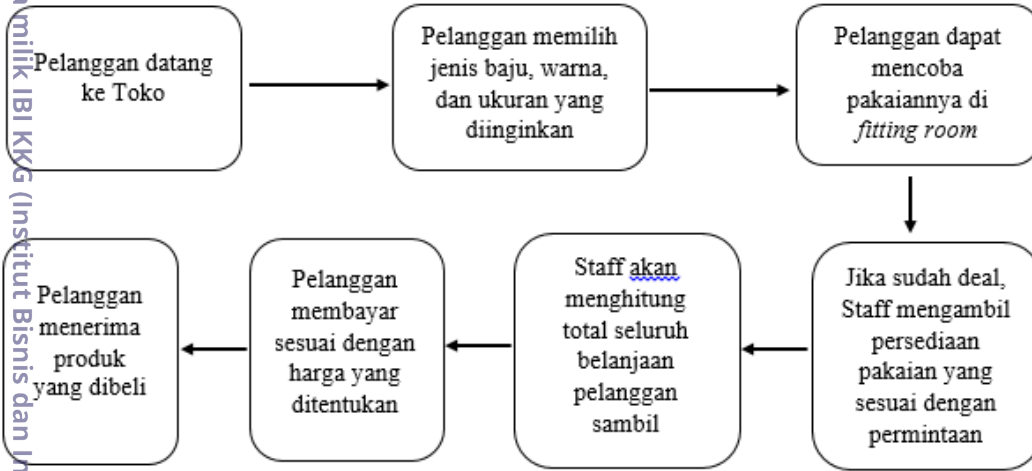
### Kebutuhan Dana

Dalam memulai sebuah usaha, diperlukan adanya penggunaan modal untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Organic Apparel menggunakan uang pribadi dan hibah dari orang tua sebagai modal, total kebutuhan dana yang dibutuhkan sebesar Rp 235.552.360.

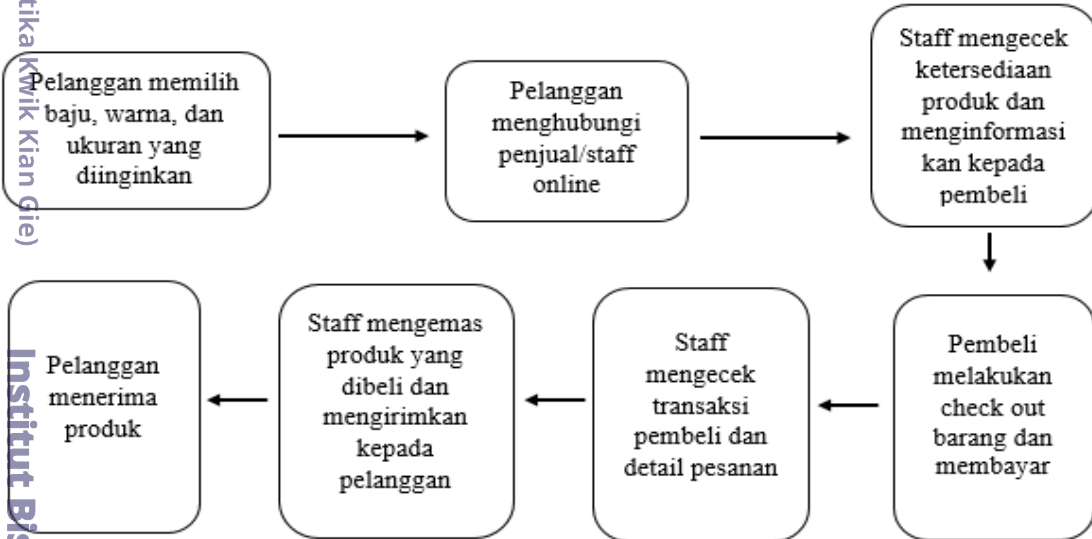


## II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

### Rencana Alur Produk Alur Proses Pembelian di Toko



### Alur Proses Pembelian Secara Online



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

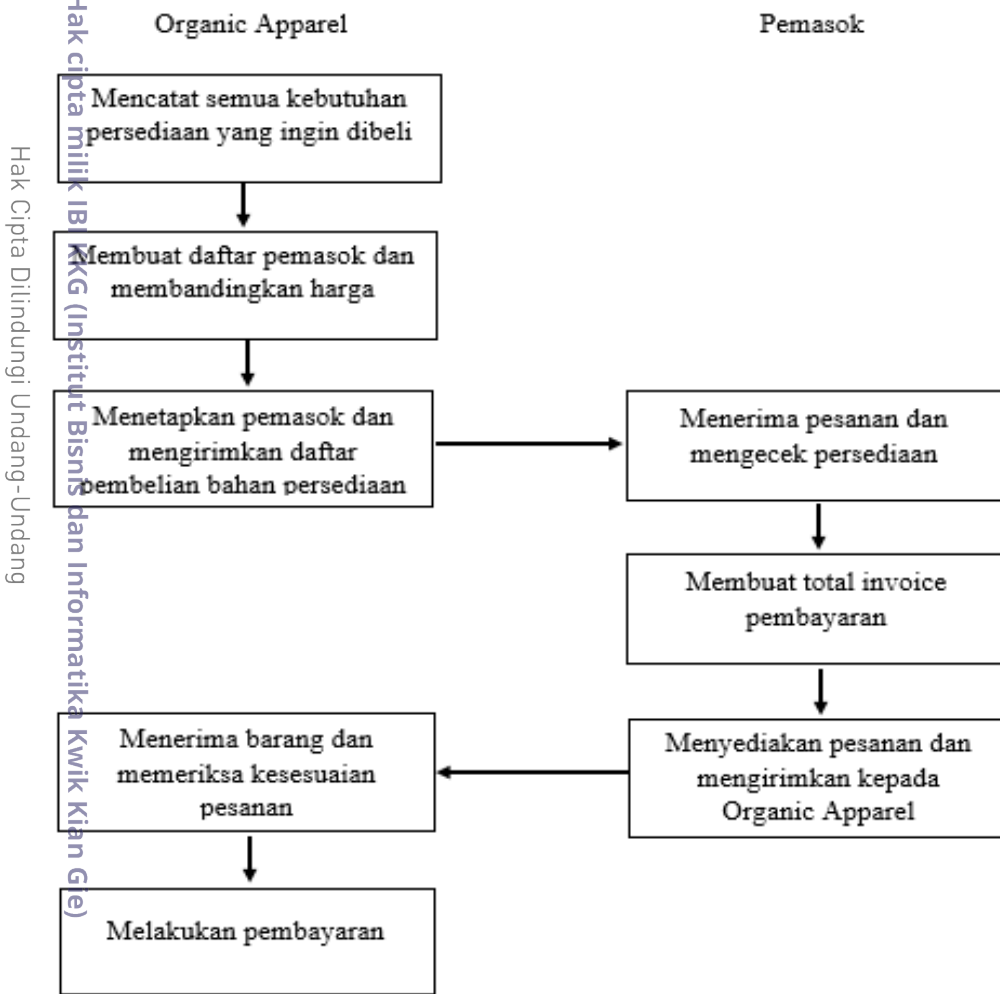
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan



## Rencana Kebutuhan Teknologi

Dalam era globalisasi, teknologi merupakan komponen yang penting dalam menunjang kegiatan usaha. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan operasional perusahaan. Dengan adanya teknologi, semua pekerjaan dapat diawasi dan dipantau lebih mudah. Berikut adalah beberapa teknologi yang digunakan oleh Organic Apparel :

1. Mesin Jahit
2. Mesin Obras
3. Setrika Listrik
4. Mini Printer Portable
5. Laptop
6. AC
7. Modem Wifi
8. Lampu

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



## Peralatan Usaha

Peralatan merupakan barang-barang atau tempat yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung jalannya pekerjaan. Peralatan tidak akan habis nilai jualnya, tetapi akan mengalami penyusutan dalam 5 tahun. Berikut ini adalah rencana penggunaan peralatan di Organic Apparel beserta harganya, dimana harga beli didapatkan dari hasil survei yang telah dilakukan oleh penulis.

No	Nama Barang	Jumlah	Jenis	Harga	Total Harga
1	Weener Meja Kantor	1	Unit	999.000	999.000
2	Meja Kantor Olympic	1	Unit	235.000	235.000
3	Jysk End Table Koge	1	Unit	150.000	150.000
4	Meja Bulat Besi Informa	1	Unit	240.000	240.000
5	Krisbow Laci Kantor 5 Laci	1	Unit	543.200	543.200
6	Mesin Jahit Singer M1005	3	Unit	1.129.000	3.387.000
7	Meja Alat Mesin Jahit Portable	3	Unit	148.000	444.000
8	Mesin Obras Butterfly GN-1	1	Unit	750.000	750.000
8	Maspion Setrika Pakaian Type HA-110	1	Unit	108.000	108.000
9	Laptop HP Notebook Black	2	Unit	3.850.000	7.700.000
10	AC Haier 2,5PK Stanndard Putih	2	Unit	6.299.000	12.598.000
11	Standing Mirror Minimalis	2	Unit	210.000	420.000
12	Mini Printer Thermal Bluetooth Eppos	1	Set	249.900	249.900
13	Kamar Pas Bongkar Pasang	1	Set	250.000	250.000
14	Proclean Set Sapu dan Pengki	1	Set	127.000	127.000
Total					28.201.100

## Perlengkapan Usaha

Perlengkapan merupakan barang yang sifatnya bisa habis apabila dipakai secara berkala. Perlengkapan juga digunakan sebagai pendukung berjalannya proses operasi bisnis. Berikut adalah perlengkapan yang dibutuhkan oleh Organic Apparel dalam menunjang usahanya :

No.	Nama Barang	Jumlah	Jenis	Harga	Total
1	Plastik Packaging Singkong isi 100	25	Set	34.000	850.000
2	Kantong Plastik Singkong isi 30	100	Set	12.000	1.200.000
3	Isi Kertas Printer Thermal	20	Gulung	1.950	39.000
4	Gunting Kain Gagang Emas Dexean	1	Unit	70.000	70.000
5	Gunting Kertas Kecil	2	Unit	5.000	10.000
6	Meteran 150cm	2	Unit	3.000	6.000
7	Sekoci Bobbin Case Mesin Jahit	3	Unit	9.000	27.000
8	Kapur Jahit Ducken	8	Unit	2.000	16.000
9	Kertas Karbon Jahit	1	Pack	105.000	105.000
10	Kertas HVS Paper One	1	Rim	29.000	29000
11	Pensil Staedler 2B	1	Lusin	31.800	31.800

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 IBKKG.

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



13	Penghapus Joyko	3	Unit	3.500	10.500
14	Stapler Kenko	1	Unit	7.900	7.900
15	Isi Stapler Kenko	1	Pack	20.000	20.000
16	Lakban Besar Bening	10	Unit	5.500	55.000
17	Paket Penggaris Pola Jahit	1	Pack	60.000	60.000
18	Pendedel Benang	2	Unit	2.900	5.800
19	Minyak Pelumas Mesin Jahit	10	Botol	5.000	50.000
20	Lampu Philips LED	3	Pack	75.000	225.000
21	Galon 19L	2	Unit	32.000	64.000
22	Zane Kursi Lipat	4	Unit	79.000	316.000
23	Bangku Metal Putih	5	Unit	48.900	244.500
24	Rak Baju Gantung	8	Unit	44.720	357.760
25	Kris Set Hanger Kayu Putih isi 8pcs	10	Set	34.950	349.500
26	Patung Manekin	2	Unit	85.000	170.000
27	Alat Pel Spin Mop	1	Set	85.000	85.000
28	Tempat Sampah SQ 805	1	Unit	27.500	27.500
29	Pompa Galon Air Minum	1	Unit	20.000	20.000
30	Jarum Pentul	3	pack	3.000	9.000
31	Jarum Mesin	4	pack	5.000	20.000
32	Jarum Jahit	3	pack	3.000	9.000
Total					4.490.260

### Bahan Baku

Bahan Baku merupakan bahan yang dibutuhkan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan. Berikut ini merupakan daftar bahan baku yang dibutuhkan oleh Organic Apparel untuk mendukung proses produksi pakaian, dimana harga beli merupakan hasil survei yang telah dilakukan oleh penulis.

No	Nama Barang	Jumlah	Jenis	Harga	Total
1	Kain Organik warna hitam	300	meter	75.000	22.500.000
2	Kain Organik warna putih	300	meter	75.000	22.500.000
3	Kain Organik warna merah	250	meter	80.000	20.000.000
4	Kain Organik warna biru	250	meter	80.000	20.000.000
5	Kain Organik warna hijau	200	meter	80.000	16.000.000
6	Kain Organik warna kuning	250	meter	80.000	20.000.000
7	Kain Organik warna abu-abu	300	meter	80.000	24.000.000
8	Kancing Batok Kelapa	1200	butir	150	180.000
9	Benang Jahit Yamalon hitam	4	lusin	19.000	76.000
10	Benang Jahit Yamalon putih	4	lusin	19.000	76.000
11	Benang Jahit Yamalon merah	3	lusin	19.000	57.000
12	Benang Jahit Yamalon biru	3	lusin	19.000	57.000

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



13	Benang Jahit Yamalon hijau	2	lusin	19.000	38.000
14	Benang Jahit Yamalon kuning	3	lusin	19.000	57.000
15	Benang Jahit Yamalon abu-abu	4	lusin	19.000	76.000
16	Label Baju 3x3cm	2200	satuan	320	704.000
17	Hang Tag 5x5cm	2200	satuan	150	330.000
Total Harga					146.651.000

### III. Strategi Bisnis

#### Strategi Pemasaran

##### Segmenting

Segmentasi pasar tersebut dapat dibagi menjadi :

##### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis melibatkan pengelompokan pasar berdasarkan pada letak geografi seperti negara, wilayah, kota, desa, dan daerah. Daerah geografi yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target operasi perusahaan. Segmentasi geografi dari Organic Apparel berada di daerah Kalimantan Barat yaitu, Pontianak, Kubu Raya, Mempawah, Sanggau, Kayong Utara, Singkawang, dan daerah sekitarnya. Dikarenakan daerah Kalimantan sendiri belum ada produk serupa yang menguasai pasar di Kalimantan. 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.

##### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasarnya berdasarkan beberapa faktor seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. 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.

##### 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan pengelompokan pasar yang didasarkan oleh kepribadian, gaya hidup, dan kelas sosial. Organic Apparel berfokus pada konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan yang menyukai *style fashion* yang *modern* namun *simple*. Dengan kelompok kelas sosial menengah ke atas.

##### Positioning

Positioning dianggap baik apabila produk tersebut lebih mudah diingat dibenak konsumen daripada produk lain yang sejenis. Organic Apparel mempunyai slogan “Your Eco-Friendly Fashion” yang artinya Organic Apparel memposisikan diri sebagai pakaian yang ramah lingkungan. Dengan tujuan agar pakaian tersebut dapat mengurangi limbah tekstil, pemakaian bahan kimia, dan dapat memberikan kenyamanan bagi para pemakai produk karena bahannya yang dapat menyerap keringat dan meminimalkan pertumbuhan bakteri. Organic Apparel berharap agar setiap konsumen yang ingin membeli pakaian dapat





langsung teringat pada slogan ini dan menjadikan *brand* ini sebagai pilihan utama para konsumen di Pontianak dan daerah sekitarnya.

### **C** Pricing

Metode penetapan harga yang digunakan oleh Organic Apparel adalah *competition-based pricing* yang dimana menetapkan harga jual mendekati harga rata-rata pakaian ramah lingkungan di pasar. Harga yang ditawarkan oleh pesaing berkisar Rp 150.000 - Rp 800.000. Sehingga Organic Apparel menetapkan harga yang mampu bersaing di pasar sekitar Rp 199.000 - Rp 335.000 dan tentunya dengan memperhatikan biaya produksi agar tidak mengalami kerugian dengan margin atau mark up yang cukup besar.

### Promotion

#### 1. Advertising

Organic Apparel akan mengiklankan produknya melalui Instagram *ads* karena Instagram *ads* dinilai efektif menjangkau masyarakat sesuai dengan target pasar dan dapat menyesuaikan dengan lingkup target yang akan dituju yaitu di Pontianak. Kemudian untuk *event-event* yang nantinya akan diikuti oleh Organic Apparel menggunakan alat *stand banner* sebagai tanda maupun informasi mengenai Organic Apparel.

#### 2. Sales Promotion

Pada awal pembukaan dan setiap *launching* produk, Organic Apparel akan memberikan promosi berupa diskon, *giveaway*, dan promosi lainnya yang dapat meningkatkan penjualan Organic Apparel.

#### 3. Personal Selling

Dikarenakan Organic Apparel akan membuka toko fisiknya di Pontianak dan nantinya akan mengikuti *event-event*, maka Organic Apparel akan melakukan penjualan secara pribadi dan langsung mengenalkan bahwa produk dari Organic Apparel merupakan produk yang ramah lingkungan.

#### 4. Public Relation

Organic Apparel merupakan usaha dibidang pakaian ramah lingkungan, sehingga Organic Apparel perlu membangun citra yang kuat agar masyarakat dapat menyadari bahwa ada *brand* yang menaruh perhatian lebih pada isu-isu pada industri *fashion*.

#### 5. Direct Marketing

Untuk *direct marketing* yang akan dilakukan oleh Organic Apparel adalah melalui sosial media Instagram dan Tik Tok, kemudian Organic Apparel akan membuat *website*, dan bergabung dengan *e-commerce* seperti Shopee.

### Rencana Organisasi

Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mencapai tujuan organisasi. Organic Apparel merupakan perusahaan perseorangan yang memperkerjakan 6 orang karyawan, diantaranya adalah 1 Manager, 3 Staff Produksi, 2 Staff Sales and Marketing, dan 1 Staff Keuangan.

Organic Apparel akan memberikan pengupahan yang layak kepada karyawan dengan mengikuti peraturan pemerintah yang berlaku, Organic Apparel menetapkan minimal gaji



pekerjaannya sesuai dengan UMP Kalimantan Barat yang ditetapkan oleh pemerintah. Kompensasi yang akan diberikan oleh Organic Apparel kepada karyawannya adalah gaji pokok per bulan dan tunjangan hari raya satu kali dengan besaran seperti gaji pokok 1 bulan. Berikut adalah gaji pokok yang didapatkan, Manager sebesar Rp 6.500.000 dan Staff Produksi, Staff Sales and Marketing, dan Staff Keuangan masing-masing sebesar Rp 2.500.000

### Rencana Keuangan

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.

### Pengendalian Resiko

Berikut merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh Organic Apparel dalam mengantisipasi resiko usaha yang mungkin saja terjadi dalam proses bisnis :

1. Untuk mengurangi permasalahan dengan pemasok, Organic Apparel akan membuat perjanjian secara tertulis dengan pihak pemasok mengenai waktu pengiriman, kelengkapan produk, dan lainnya. Apabila produk yang dikirim tidak sesuai, maka Organic Apparel akan segera menghubungi pemasok untuk secepatnya mengirimkan produk yang sesuai. Organic Apparel juga akan terus menerus melakukan quality control terhadap produk yang sampai.
2. Agar tenaga kerja Organic Apparel dapat mengerti dan mengerjakan tugasnya dengan baik, Organic Apparel akan memberikan pelatihan kepada seluruh tenaga kerjanya untuk meminimalkan terjadinya kesalahan. Seluruh karyawan akan diberitahukan SOP perusahaan untuk mendisiplinkan seluruh karyawan. Organic Apparel juga akan melakukan pendekatan kepada seluruh karyawannya, agar sebagai pemilik juga mengetahui apa yang dialami oleh karyawannya, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepekaan satu sama lain.
3. Untuk menghindari terjadinya kerusakan atau *error* pada mesin yang digunakan untuk menjahit, maka Organic Apparel akan melakukan pemeliharaan pada mesin jahit setiap 3 bulan sekali untuk meminimalisir terjadinya kemunduran kualitas suatu mesin. Para karyawan juga diwajibkan merawat setiap teknologi dan peralatan yang ada di kantor.
4. Dalam mengatasi permasalahan munculnya pesaing baru ataupun pesaing yang sudah lebih dulu terjun, Organic Apparel akan melakukan analisis terhadap pesaing, terus melakukan *research* terhadap tren pakaian saat ini, melakukan inovasi, dan melakukan evaluasi terhadap produk dengan memperhatikan kelebihan dan kekurangannya.
5. Untuk mendekati diri dan memberikan informasi kepada masyarakat, Organic Apparel akan memberikan edukasi-edukasi penting seputar isu-isu yang terjadi pada dunia *fashion*, sosial, dan lingkungan saat ini melalui sosial media agar masyarakat dapat *aware* terhadap apa yang terjadi belakangan ini. Menjelaskan value dari dibuatnya pakaian ramah lingkungan ini. Organic Apparel juga akan mengikuti event-event yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diselenggarakan untuk menjelaskan langsung kepada pelanggan-pelanggan terhadap pakaian ramah lingkungan ini.

6. Agar penjualan dapat meningkat, Organic Apparel akan melakukan promosi di sosial media melalui *endorse* terhadap *influencers* Pontianak yang terkenal, mengadakan *giveaways*, memberikan potongan harga, dan mengikuti promosi yang diadakan oleh *market place* shopee, seperti 11.11 dan 12.12.

#### IV. Daftar Pustaka

##### Sumber Buku :

- David, Fred R. (2015), *Strategic Management*, Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke-14, Terjemahan Oleh Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat.
- Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Heizer, J., Render, B. & Munson, C. (2017), *Principles of Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*. London: Pearson
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2015), '*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*', England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2016), *Principles of Marketing*, 16<sup>th</sup> edition. Pearson : England Education Limited
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-17, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Robbins, Stephen P. (2017), *Organizational Behavior*, Edisi Ke-17, Global Edition, United States: Pearson Education.

##### Sumber Website :

- BPS Online (2020), Ekonomi Indonesia Triwulan III 2020 Tumbuh 5,05 Persen (q-to-q), diakses 2 Januari 2021, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1738/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2020-tumbuh-5-05-persen--q-to-q.html#>
- Databoks.Katadata (2019), Indonesia Kontributor Terbesar Ekonomi Digital di Asia Tenggara, diakses 2 Januari 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/03/indonesia-kontributor-terbesar-ekonomi-digital-di-asean>
- Databoks.Katadata (2020), Kategori Barang/Jasa yang paling diminati di Hari Belanja Online Nasional Indonesia, diakses 20 Desember 2020,



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/apa-produk-yang-paling-banyak-dibeli-pada-harbolnas-2020>

Disdukcapil (2020), Data Jumlah Penduduk Pontianak Menurut Kelompok Jenis Kelamin Tahun 2020, diakses 20 Desember 2020, <https://disdukcapil.pontianakkota.go.id/revisi-jumlah-penduduk-kota-pontianaksemester-i-tahun-2020-berjumlah-670859-jiwa>

Djumena, Erlangga dan Fauzia, Mutia (2019), 'Indonesia Punya Potensi Bisnis Sustainable', Kompas, diakses 30 Desember 2020, <https://money.kompas.com/read/2019/09/03/064100026/indonesia-punya-potensi-bisnis-sustainable-fashion-ini-alasannya>

Gitiyarko, Vincentius (2020), 'Kebijakan Perlindungan dan Pemulihan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19', Kompas Pedia, diakses 2 Januari 2021, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kebijakan-perlindungan-dan-pemulihan-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19>

Kemenperin (2019), Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi, diakses 30 Desember 2020, <https://www.kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>

McKinsey & Company (2016), 'Style That's Sustainable: A New Fast-Fashion Formula', diakses 18 Desember 2020, <https://www.mckinsey.com/businessfunctions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula#>

Media Indonesia (2020), Ketika Industri Fashion Mulai Beralih ke Online, diakses 30 Desember 2020, <https://mediaindonesia.com/weekend/288895/ketika-industri-fashion-mulai-beralih-ke-online>

Ocktaviany, Tuty (2019), 'Sustainable Fashion Bakal Menjadi Tren 2020/2021', Inews, Diakses 30 Desember 2020, <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/sustainable-fashion-bakal-menjadi-tren-20202021>

Prabowo, Prima (2019), 'Memahami Gerakan Sustainable Fashion', diakses 2 Januari 2021, <https://indonesiainside.id/lifestyle1/2019/12/13/memahami-gerakan-sustainable-fashion>

Pusparisa, Yosepha (2019), 'Kontroversi di Balik Industri Fast-Fashion', Kata Data Indonesia, Jurnalisme Data, diakses 18 Desember 2020, <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a4c494f4f2/kontroversi-di-balik-industri-fast-fashion>

Republika (2019), Green Product Kian Diminati Masyarakat Indonesia, diakses 2 Januari 2021, <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/19/12/09/q28w02463-green-product-kian-diminati-masyarakat-indonesia>



Statista (2020), Data Pendapatan dan Ramalan Pendapatan *Fashion* di Indonesia Periode 2017-2025, diakses 20 Desember 2020, <https://www.statista.com/outlook/244/120/fashion/indonesia>

Timorria, Iim Fatimah (2020), 'Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif Jadi Penyumbang Terbesar PDB', *Ekonomi Bisnis*, diakses 30 Desember 2020, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200830/12/1284797/tiga-subsektor-ekonomi-kreatif-jadi-penyumbang-terbesar-pdb>

Wahyuni, Tri (2016), 'Saatnya Menggerakkan Industri Fesyen Yang Ramah Lingkungan', *CNN Indonesia*, diakses 2 Januari 2021, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151027091152-277-87571/saatnya-menggerakkan-industri-fesyen-yang-ramah-lingkungan>

Pengertian katun, diakses 3 Januari 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Kapas>

UMK Pontianak tahun 2021, diakses 21 Januari 2021, <https://gajimu.com/garmen/gajipekerja-garmen/gaji-minimum/ump-umk-kalbar>

Biaya Administrasi Bank BCA, diakses 22 Januari 2021, <https://www.bca.co.id/>

Biaya Listrik, diakses 22 Januari 2021, <https://lifepal.co.id/media/daftar-tarif-listrik-terbaru/>

Tingkat Suku Bunga Kredit, diakses 22 Januari 2021, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201203141028-78-577557/bi-minta-bank-segera-turunkan-suku-bunga-kredit>

Undang-Undang :

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab I pasal 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab IV pasal 6. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Bab I Pasal I Ayat 2.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2015. Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015 tentang Pengupahan.

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

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.