

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### 1. Konsep Bisnis

*Hawaid* merupakan brand industri *fashion* muslim terbaru di Indonesia yang menghadirkan produk kombinasi antara busana muslim wanita dengan kain-kain etnik nusantara. *Hawaid* hadir dengan tujuan mengembangkan industri *fashion* muslim sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia yang kaya akan ragam warisan budaya nusantara diantaranya adalah kain-kain tradisional yang khas akan berbagai wilayah di nusantara yang juga dapat dikenakan oleh para wanita-wanita muslim yang berpakaian panjang menutup auratnya secara sempurna. Usaha ini berfokus pada pembuatan pakaian muslim wanita dan sedikit tambahan untuk pakaian pria sebagai baju pasangan yang serasi bila dikenakan. Produk *Hawaid* diantaranya ialah gamis *syar'i* kombinasi kain motif etnik nusantara, khimar *syar'i*, kemeja formal laki-laki kombinasi motif etnik nusantara dan juga pakaian anak-anak motif etnik nusantara.

*Hawaid* berupaya menghadirkan kain keberagam khas nusantara di berbagai wilayah sehingga dapat terus menambahkan variasi, model, warna serta corak yang beragam bagi pemakainya.

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.



## 2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi merupakan suatu kumpulan pernyataan komprehensif yang menjelaskan segala sesuatu yang diharapkan dari sebuah organisasi di masa mendatang dan dibuat sebagai pedoman jangka panjang organisasi.

Berdasarkan penjelasan visi di atas *Hawaid* memiliki visi “Menjadi *brand fashion muslim syar’i* dengan kombinasi kain etnik nusantara pertama dan menjadi produk lokal kebanggaan masyarakat Indonesia.”

Sedangkan misi merupakan upaya yang harus dilaksanakan agar dapat mencapai visi yang telah ditetapkan. Dan misi dari *Hawaid* adalah:

- a. Memberikan keunggulan kualitas dalam setiap produknya
- b. Memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggan
- c. Menghadirkan kreatifitas dan inovasi dalam setiap produk
- d. Memberikan pesan edukasi moral dan *spiritual* bagi seluruh karyawan, pelanggan dan masyarakat sekitar
- e. Memperbaiki sumber daya manusia perusahaan lebih baik lagi agar menjadi insan kreatif, inovatif, dan pekerja keras

## 3. Produk

Produk *Hawaid* berfokus pada produk pakaian wanita muslim seperti gamis *syar’i* kombinasi motif etnik nusantara, khimar *syar’i* (kain penutup kepala yang menjulur hingga bawah dada), serta tambahan produk seperti kemeja pria dengan kombinasi motif etnik nusantara dan juga pakaian anak di atas usia 3 tahun. Keunggulan produk yang kami tawarkan ialah sebagian produk adalah seri *limited edition* atau dalam stok terbatas, sehingga pakaian ini tidak banyak

© 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. 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.



ditemukan di berbagai tempat bagi pemakainya. Selain itu, *Hawaïd* berupaya menghadirkan kain-kain bermotif unggulan khas etnik nusantara.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 4. Persaingan

Persaingan dalam industri *fashion* di Indonesia terbilang cukup tinggi terutama dalam *fashion muslim* yang notabene Indonesia menjadi negara dengan tingkat penduduk menganut kepercayaan agama islam tertinggi di dunia. Dalam hal ini, *Hawaïd* memiliki 2 industri terbilang cukup kuat dalam pasarnya yaitu *Elzatta* dan *Jubah Akhwat*. Keduanya merupakan brand industri *fashion muslim* Indonesia yang mulai berkembang dan bahkan salah satunya sudah terkenal di kalangan masyarakat. Berdasarkan perhitungan analisa *Competitive Profile Matrix (CPM)*, *Hawaïd* memperoleh nilai sebesar 3.17 kemudian merek *Elzatta* memperoleh nilai 3,46 dan *Jubah Akhwat* memperoleh nilai 2.60. Dalam hal ini, *Hawaïd* memperoleh nilai pertengahan diantara *Elzatta* dan *Jubah Akhwat* dikarenakan faktor merek yang baru hadir di Indonesia dan belum terkenal seperti *Elzatta* yang telah lama berdiri dan memiliki berbagai gerai di seluruh Indonesia, sedangkan perbandingan hasil nilai dengan *Jubah Akhwat* kami lebih unggul dikarenakan faktor inovasi produk yang lebih bervariasi dan juga memiliki ketersediaan stok yang terbatas sehingga tidak banyak dijumpai dibandingkan dengan merek lainnya.

### 5. Target dan Ukuran Pasar

Berdasarkan pengelompokkan target pasar *Hawaïd* tertuju pada seluruh masyarakat muslim Indonesia baik pria maupun wanita dengan usia 25<sup>Th</sup> – 55<sup>Th</sup> dengan tingkat pendidikan dan pendapatan diatas rata - rata. Karena pada umumnya pakaian merupakan pembentuk kepribadian pemakainya, sehingga

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.



produk *Hawaidd* digolongkan dalam ukuran target pasar yang memiliki kepribadian mengutamakan kesenangan atau hobi dalam berpakaian serta berada dalam lingkungan dengan kelas menengah atas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran *Hawaidd* dilakukan dengan upaya periklanan di sosial media, selain itu kami juga aktif mengikuti kegiatan *event bazaar fashion* muslim dan melakukan *direct marketing* dengan konsumen dan menjangkau langsung konsumen *Hawaidd* melalui *email* dan *website* resmi kami. *Hawaidd* juga berupaya membangun *public relation* agar dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat dan konsumen *Hawaidd* dengan membangun pesan edukasi moral dan spiritual ditambah dengan memberikan edukasi cinta budaya Indonesia.

Selain itu *Hawaidd* akan melakukan promosi dengan pemotongan harga di hari hari besar untuk membuat konsumen tertarik membeli produk kami dan juga memiliki rencana kedepan dengan membuat *member card* bagi pelanggan setia.

### 7. Tim Manajemen

*Hawaidd* memiliki jumlah tenaga kerja berjumlah 5 orang diantaranya adalah 1 orang manajer bertindak sebagai penanggungjawab dan mengatur segala aktivitas perusahaan, 2 orang penjahit yang bertugas sebagai perancang model produk dan menjahit produk, 1 orang *foto/videographer* bertugas sebagai penanggung jawab proses pemotretan produk untuk siap dipublikasikan dalam setiap media promosi *Hawaidd* dan 1 orang *digital marketing* bertugas sebagai pemasar produk baik dalam penjualan *online* maupun *offline* namun lebih ditekankan pada media online untuk menjangkau seluruh pelanggan.

### 8. Kelayakan Keuangan

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.



Analisis kelayakan keuangan bagi sebuah perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk meninjau layak atau tidaknya sebuah perusahaan untuk dilakukan investasi. Dalam hal ini *Hawaid* telah melakukan analisis kelayakan keuangan dengan menggunakan metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan analisis kelayakan usaha *Break-Even-Point* (BEP). Dalam hasil analisis *Payback Period* (PP) dapat diperkirakan pengembalian modal akan terjadi dalam waktu 1 Tahun 11 Bulan 16 Hari, sedangkan pada hasil *Net Present Value* (NPV) lebih dari 0 yaitu Rp. 1.413.749.325,- dan hasil yang diperoleh dari analisis *Profitability Index* (PI) yang lebih besar dari 1 yaitu 4,79. Dan analisis kelayakan keuangan *Hawaid* yang terakhir adalah analisis *Break-Even-Point* (BEP) dengan nilai penjualan lebih besar dari hasil BEP setiap tahunnya. Dapat diketahui hasil BEP *Hawaid* pada tahun 2022 adalah Rp. 700.590.961,- BEP *Hawaid* pada tahun 2023 sebesar Rp. 686.647.098,- BEP *Hawaid* pada tahun 2024 adalah Rp. 703.279.483,- BEP *Hawaid* pada tahun 2025 adalah Rp. 720.234.795,- dan terakhir BEP *Hawaid* pada tahun 2026 adalah Rp. 753.580.093,-

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Rekomendasi Validitas Usaha**

Berdasarkan analisis perhitungan kelayakan usaha meliputi visi dan misi perusahaan, produk perusahaan, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen dan analisis kelayakan keuangan mencakup analisis *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan analisis kelayakan usaha *Break-Even-Point* (BEP). Secara ringkas didapatkan hasil sebagai berikut:

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.



**Tabel 9. 1**  
**Tabel Rekomendasi Vasibilitas Usaha *Hawaid***

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i> (PP)	5 Tahun	1 Tahun 11 Bulan 16 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	NPV > 0	<b>Rp. 1.413.749.325 &gt; 0</b>	Layak
<i>Profitability Index</i> (PI)	PI > 1,0	4,79	Layak
<i>Break Even Point</i> (BEP)	Penjualan > BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak

Sumber: *Hawaid*, tahun 2021

**Tabel 9. 2**  
**Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha *Hawaid* (Dalam Rupiah)**

Tahun	Biaya Tetap (FC)	Biaya variabel (VC)	Penjualan	1-(VC/Penjualan)	BEP
2022	Rp 485.810.416	Rp 317.150.063	Rp 1.034.509.281	0,693429466	Rp 700.590.961
2023	Rp 481.372.927	Rp 348.358.028	Rp 1.165.266.084	0,701048513	Rp 686.647.098
2024	Rp 505.406.879	Rp 382.727.268	Rp 1.360.290.559	0,718643002	Rp 703.279.483
2025	Rp 530.662.289	Rp 420.585.806	Rp 1.597.913.842	0,736790686	Rp 720.234.795
2026	Rp 557.202.400	Rp 462.296.547	Rp 1.774.017.558	0,739407006	Rp 753.580.093

Sumber: *Hawaid*, Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 9.2 dapat diketahui bahwa hasil penjualan *Hawaid* lebih besar dari hasil *Break Even Point* (BEP) setiap tahunnya, maka dapat disimpulkan *Hawaid* menghasilkan keuntungan setiap tahunnya dan juga dengan berdasarkan perhitungan analisis kelayakan keuangan lainnya yang dapat dilihat pada Tabel 9.1 menyatakan *Hawaid* layak untuk dijalankan.