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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Usaha toko *FW22 – Underwear* merupakan pengembangan usaha toko pakaian dalam wanita konvensional menjadi daring dan memiliki konsep *One Stop Shopping*. *FW22 – Underwear* menawarkan berbagai keperluan perlengkapan pakaian dalam wanita berdasarkan jenis dan kategori pakaian dalam wanita. Berbagai produk ini akan dijual melalui kanal pemasaran berupa *marketplace* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, dan *Lazada*. Pertumbuhan pangsa pasar potensial yang terus meningkat merupakan salah satu latar belakang pemilihan jenis usaha yang menjual pakaian dalam wanita.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *FW22 – Underwear* adalah menyediakan semua kebutuhan pakaian dalam wanita yang sesuai selera, lengkap, dan variatif dimata konsumen dan menjadi solusi belanja pakaian dalam wanita akhir bagi seluruh pelanggan.

Misi dari *FW22 – Underwear* adalah :

a. Menghadirkan semua kategori produk pakaian dalam wanita.

b. Hadir dan terus berkembang pada setiap *marketplace* di Indonesia.

c. Selalu menawarkan harga produk yang bersaing dan kompetitif.

d. Membangun pusat produksi sendiri

c. Produk / Jasa

Produk yang dijual *FW22 – Underwear* merupakan semua kategori pakaian dalam wanita yang terdiri dari aksesoris pakaian dalam wanita, bokser dan CD anak wanita, Bra wanita dewasa, CD wanita dewasa, kaos dalam anak wanita, kaos kaki, *kemben, korset, legging, lingerie, longtorso, manset, miniset, minibra, piyama, daster, shortpants, stagen, stocking,* dan *tanktop.*

d. Persaingan

Pesaing kunci dari *FW22 – Underwear* adalah *TOKO.OG* dan *JES ONE*. Berdasarkan matriks profil kompetisi (CPM) *FW22 – Underwear* diproyeksikan akan mendapatkan skor 3,17 dengan skor pesaing yakni *TOKO.OG* sebesar 3,09 dan *JES ONE* sebesar 2,92. Salah satu keunggulan utama *FW22 – Underwear* merupakan kekuatan harga yang kompetitif dan pelayanan pasca jual. Kelemahan *FW22 – Underwear* terhadap para pesaing kunci merupakan intensitas dan keunikan promo yang ditawarkan.

e. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi geografis dari toko *FW22 – Underwear* secara umum merupakan seluruh kawasan Indonesia dengan segmentasi geografis utama adalah kawasan Jabodetabek. Segmentasi demografis dari toko *FW22 – Underwear* terfokus pada konsumen dengan usia dari 5 – 65 tahun. Segmentasi psikografis dari toko *FW22 – Underwear* merupakan kelas sosial menengah ke bawah. Segmentasi perilaku konsumen dari *FW22 – Underwear* ditujukan pada konsumen yang melakukan konsumsi pada situasi yang biasa sebagai bagian dari konsumsi sehari – hari. Konsumen yang menjadi target juga merupakan konsumen yang melihat manfaat ekonomis dan jasa. Tingkat juga digambarkan dari tingkat penggunaan kelas ringan yang akan terus membutuhkan tambahan pakaian dalam dan juga memiliki status loyalitas menengah.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *FW22 – Underwear* merupakan fitur *OSS* yang menyediakan berbagai kategori produk dengan *positioning* yang menawarkan produk pakaian dalam wanita yang cocok dan sesuai selera pelanggan. Jargon yang digunakan oleh *FW22 – Underwear* adalah "*Undies That Fits You*" dengan penawaran pelayanan konsultasi produk dan juga pelayanan pasca jual yang memadai. Promosi yang akan digunakan merupakan kupon diskon ikuti toko sebesar 5% maksimal Rp 10.000 dengan penggunaan iklan berbayar pada setiap *marketplace* yang juga menjadi media pemasaran langsung. Selain itu promo juga dilakukan pada masa promo penjualan pada promo tanggal kembar seperti 11.11, 12.12, dst. Konsep personal *selling* dari *FW22 – Underwear* akan didukung oleh CRM yang disediakan oleh aplikasi pendukung dan juga penggunaan Instagram sebagai media publikasi utama.

g. Tim Manajemen

Tim manajemen dari *FW22 – Underwear* terdiri dari 4 anggota yang memiliki posisi sebagai CEO (*owner*), manajer produk, manajer Marketplace, dan staf stok dan pengemasan. Durasi kerja setiap anggota adalah sama yakni 7 hari dalam seminggu kecuali hari minggu dengan jam kerja 8 jam yakni PK 09.00 – PK 17.00 dengan 1 jam istirahat siang. Setiap divisi memiliki tanggung jawab yang khusus seperti CEO yang bertanggung jawab mengendalikan semua proses dalam usaha, menggantikan posisi pekerja yang berhalangan, mengembangkan strategi pemasaran, serta menjadi admin pada media sosial, manajer produk yang berfokus pada pengembangan produk dan stok, manajer Marketplace yang berfokus pada seluruh kegiatan yang berhubungan dengan Marketplace, dan staf pengemasan dan stok yang bertanggung jawab pada proses pengemasan dan pengiriman produk.

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.
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

h. Kelayakan Keuangan

1) Kelayakan investasi

FW22 – Underwear memiliki periode pengembalian atau *payback period* selama 4 tahun 1 bulan 23 hari dengan nilai NPV sebesar Rp 330.683.639 > 0. Nilai PI atau *profitability index* dari *FW22 – Underwear* adalah sebesar 2,309.

2) Kelayakan usaha

Kelayakan usaha dilihat dari nilai BEP (unit) yang lebih kecil dari unit terjual per tahun. Nilai BEP 2022 sebesar 35.767 Unit < 43.470 Unit Terjual. Nilai BEP 2023 sebesar 39.203 Unit < 47.817 Unit Terjual. Nilai BEP 2024 sebesar 39.940 Unit < 52.599 Unit Terjual. Nilai BEP 2025 sebesar 41.007 < 57.859 Unit terjual. Nilai BEP 2026 sebesar 42.589 < 63.645 Unit terjual.

Tabel 9. 1

Kesimpulan Kelayakan Keuangan *FW22 - Underwear*

Analisis	Kriteria Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	Periode Pengembalian < 5 Tahun	2 Tahun 9 Bulan 7 Hari	Layak
Nett Present Value	NPV > 0	Rp 330.683.639	Layak
Profitability Indeks	PI > 1	2,309	Layak
BEP	Unit Penjualan > Unit BEP	Unit Penjualan > Unit BEP	Layak

Sumber : *FW22 – Underwear*, 2021

9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Hasil analisis kelayakan keuangan menunjukkan beberapa poin mengenai visibilitas usaha yakni:

a. Hasil analisis *payback period* menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* diproyeksikan mencapai titik balik dari modal dalam kurun waktu 2 Tahun 9 Bulan 7 Hari. Hal ini menunjukkan secara *break even*, *FW22 – Underwear* layak untuk dijalankan dengan periode pengembalian kurang dari 5 tahun.

b. Hasil analisis *nett present value* menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp 330.683.639. Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa usaha *FW22 – Underwear* layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan arus kas positif secara nilai waktu.

c. Hasil analisis *profitability indeks* menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 2,309. Hasil analisis menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

d. Hasil analisis *Break Even Point* menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berada di bawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukkan bahwa *FW22 – Underwear* layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai BEP < nilai penjualan.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie