



## BAB IX

### RINGKASAN EKSKUTIF



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 9.1. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a. Konsep Bisnis

Penulis akan membuat usaha yang bergerak di bidang *Fashion*, yang memiliki keunikan dalam konsepnya, yaitu *item* atau barang koleksi. Sehingga semua produk yang diproduksi Unitive akan dibuat berseri dan menarik untuk dikumpulkan atau dikoleksi, harapannya konsumen tidak cukup untuk membeli hanya satu kali. Barang koleksi juga menarik untuk dikumpulkan bersama sehingga pemasaran *mouth to mouth* juga akan lebih mudah terjadi.

##### b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

- Menjadi perusahaan clothing yang profesional dan memiliki kualitas standar produk Internasional serta dapat menjadi pelopor bagi sebuah tren baru.

Misi :

- Selalu menawarkan desain produk yang selalu *update* dan sesuai dengan selera konsumen.
- Memprioritaskan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.
- Kreatif dan Inovatif dalam memperluas target pasar, agar dikenal oleh semua lapisan masyarakat.

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



- Selalu konsisten dengan ciri khasnya.

c. Produk yang Ditawarkan

Produk yang ditawarkan oleh Unitive saat ini adalah kaos yang berbahan Cotton Combed yang merupakan bahan terbaik untuk pembuatan sebuah kaos bagi kebanyakan orang. Kaos yang dibuat akan dibuat berseri dengan konsep yang sama setiap serinya, dan dihadirkan ketangan *customer* dengan cara berbelanja yang menarik.

d. Persaingan

Sebagai *brand fashion*, Unitive memiliki banyak pesaing berupa *brand* yang baru muncul dan juga *brand* yang sudah lama berjalan. Penulis yakin Unitive bisa bersaing baik dengan mereka karena konsep unik yang dimiliki, serta kualitas dan harga dari Unitive yang sangat bersaing. Unitive memilih 2 pesaing untuk dibandingkan dengan *brand* Unitive :

Tabel 9. 1

Analisis Pesaing Perusahaan Unitive

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
ARJ88 Store	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Online store</i> dikenal masyarakat</li> <li>• Harga relatif murah</li> <li>• Desain Variatif bagi semua gender</li> <li>• Ada pemberian bonus setiap transaksi</li> <li>• <i>Packaging</i> aman dan rapi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan kurang nyaman</li> <li>• Waktu pengiriman lama</li> <li>• Beberapa barang tidak sesuai foto produk</li> </ul>
Sachstuff	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan produk sangat nyaman</li> <li>• Pelayanan baik, dan ramah</li> <li>• Menggunakan bahan ramah lingkungan</li> <li>• Pengiriman cepat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga relatif mahal</li> <li>• Pilihan produk terbatas</li> <li>• Promosi kurang gencar</li> </ul>

Data Diolah Oleh : Unitive, 2022

2. 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.  
 tanpa izin IBIKKG.



#### e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar menurut Kotler dan Armstrong (2017:222), adalah kebutuhan dan karakteristik dari konsumen yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk melayaninya.

Segmentasi pasar dari *brand* Unitive yang masih berupa perusahaan pemula adalah remaja kalangan menengah keatas yang memiliki ketertarikan dalam mengoleksi barang.. Karena remaja memiliki keinginan yang besar serta daya beli yang cukup untuk mengumpulkan barang-barang koleksi. Beda halnya dengan anak-anak yang belum punya daya beli atau orang dewasa yang keinginannya minim untuk mengoleksi barang yang dinilai kurang punya nilai guna. Cangkupan wilayah saat ini yang dapat diraih oleh Unitive adalah seluruh Indonesia dengan bantuan dari jasa pengiriman *online*.

#### f. Strategi Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2017:15) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Berikut adalah strategi pemasaran dari *brand* Unitive :

##### 1) Advertising

Fokus utama *advertising* Unitive adalah melalui media sosial karena Unitive adalah *brand* yang masih berbasis *online*. Alat promosi lainnya adalah banner serta poster yang akan dipublikasikan secara *online* (melalui media sosial dan *website*) serta *offline* (Ketika *event* berlangsung).

##### 2) Sales Promotion

Melalui *event-event* dari Unitive yang akan sering diselenggarakan, melalui *website* maupun secara langsung, Unitive akan sering memberikan *Sales Promotion* yang dapat

Hak cipta dilindungi undang-undang  
1. Dilarang menjiplak 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.

berupa diskon atau potongan harga, kupon, *giveaway*, dan lain-lain. Pelanggan yang melakukan pembelian secara intensif juga akan diberikan bonus yang besar, bisa berupa potongan harga atau pemberian produk tambahan.

### 3) *Personal Selling*

Bagi Unitive yang berbasis toko *online*, *personal selling* masih akan jarang dihadirkan. Nantinya setelah berdiri toko *offline* barulah *Personal Selling* yang baik akan menjadi prioritas bagi Unitive. Akan tetapi *Personal Selling* tetap akan diberikan melalui *event-event* yang akan berjalan.

### 4) *Public Relation*

Penting bagi Unitive untuk membangun citra yang baik, apalagi sejak awal kami sudah memutuskan untuk menjadi *brand* yang ramah lingkungan. Hal ini bisa menjadi hal positif untuk membangun *Public Relation* dengan *customer*. Selain itu, rencananya Unitive akan membuat beberapa acara amal dan juga pembagian sandang gratis bagi golongan masyarakat tertentu.

### 5) *Direct Marketing*

Unitive akan membangun *website* yang dengan cepat dapat merespon keluhan maupun masukan pelanggan melalui fitur *livechat* ataupun telepon. *Direct marketing* adalah prioritas Unitive saat ini yang masih merupakan *brand* berbasis *online*.

### g. Tim Manajemen

Unitive beranggotakan empat orang yang menguasai bidangnya masing-masing.

Berikut adalah tabel rencana kebutuhan tenaga kerja untuk bisnis *fashion* Unitive :





**Tabel 9. 2**

**Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Perusahaan Unitive**



Hak cipta milik IB KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

No	Jabatan	Jumlah
1	Owner + Desainer + Manager	1
	Staff Bagian Pemasaran dan Promosi	1
	Staff Bagian Keuangan dan Penjualan	1

Data diolah Oleh : Unitive, 2022

**h. Kelayakan Keuangan**

Untuk mengetahui kelayakan keuangan dari perusahaan Unitive, penulis membuat 3 analisa kelayakan bisnis yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP). Berikut merupakan hasil analisa perusahaan Unitive :

**Tabel 9. 3**

**Analisa Kelayakan Keuangan Unitive**

Analisis Kelayakan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	5 Tahun	2 tahun 1 bulan 16 hari.	Layak
<i>Net Present Value</i>	Lebih dari 0	Rp. 186.478.478	Layak
<i>Profitability Index</i>	Lebih dari 1	6,5392	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Data diolah Oleh : Unitive, 2022

1. Ditaring 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.



## 9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah penulis melakukan berbagai perhitungan keuangan lewat proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, proyeksi neraca, perhitungan, penulis melakukan uji kelayakan perusahaan dengan menghitung *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP), dari data tersebut penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan perhitungan *Payback Period* (PP), Unitive akan mencapai titik balik modal dalam jangka waktu yang cukup singkat yaitu 2 tahun 1 bulan 16 hari.. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Unitive layak untuk dijalankan karena titik balik modal tidak mencapai 5 tahun.
- b. Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV), Unitive mendapat nilai Rp. 186.478.478 yang berarti usaha Unitive layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang lebih dari 0.
- c. Berdasarkan perhitungan *Profitability Index* (PI), Unitive mendapatkan nilai PI sebesar 6,5392 yang menunjukkan usaha Unitive layak untuk diinvestasikan karena nilai PI yang lebih besar dari 1.
- d. Berdasarkan perhitungan *Break Even Point* (BEP), menunjukkan bahwa Unitive adalah usaha yang layak dijalankan karena hasil penjualan Unitive yang lebih besar daripada nilai BEP selama 4 tahun terakhir.

Berdasarkan poin-poin diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Unitive telah memenuhi setiap uji kelayakan usaha, sehingga Unitive dapat dikatakan layak untuk dijalankan dan berpotensi besar dapat memberikan keuntungan.