

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

True Story merupakan bisnis yang bergerak di bidang industri tekstil, khususnya di pakaian yang menerapkan konsep *oversize* dengan desain yang berkaitan dengan kisah nyata yang terjadi baik dialami secara sadar maupun tidak.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari True Story adalah menjadikan True Story sebagai *clothing brand* yang terkenal di Indonesia dengan memiliki desain menarik, unik, dan berkualitas.

Misi dari True Story adalah:

1. Memiliki desain yang sesuai dengan keadaan maupun situasi yang sedang terjadi seiring berjalannya waktu.
2. Menciptakan brand yang memenuhi ukuran estetika serta memanfaatkan teknologi berwawasan lingkungan dan sadar akan kearifan lokal.
3. Memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

c. Produk atau Jasa

True Story menjual pakaian baju dengan beberapa model desain dengan menggunakan bahan *cotton America 16s* dengan sablon *rubber*. Selain itu, produk yang diluncurkan oleh True Story dilakukan secara bertahap yaitu setiap satu bulan sekali dikarenakan pakaian yang diproduksi dibatasi jumlahnya yaitu hanya 50pcs total untuk awal *launching* produk.





d. Persaingan

© Dalam berbisnis tentu saja akan ada persaingan di dalamnya. True Story sendiri memiliki pesaing yaitu Billionaires Project dan PARANOISE. Kedua pesaing ini sama-sama bergerak di usaha pakaian dan kedua pesaing ini sudah lebih dikenal dan hasil produksi mereka sudah lebih banyak. Persaingan antara True Story dengan kedua pesaing tersebut dengan membuat strategi dan diferensiasi yang tepat untuk dapat bersaing kedepannya.

e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar True Story merupakan remaja-remaja millennial usia 16 tahun keatas yang memiliki rasa dan keinginan dalam berpakaian yang modern dan tidak mau ketinggalan. True Story menargetkan dalam penjualannya kepada masyarakat menengah keatas.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh True Story yaitu dengan melakukan pemasaran melalui sosial media seperti Instagram dan Tiktok berupa informasi tentang brand itu sendiri dan melakukan branding.

g. Tim Manajemen

True Story adalah bisnis baru yang tergolong masih kecil dan berbasis online, yang dimana hanya dibutuhkan dua tenaga kerja yaitu pemilik yang juga merangkap sebagai manajer dan bidang lainnya seperti bagian administrasi dan bagian operasional, sedangkan desainer yang berperan sebagai yang mendesain pakaian dan juga merangkap di bidang pemasaran.



h. Kelayakan Keuangan

Ⓒ Suatu usaha yang akan didirikan akan dinilai layak atau tidaknya bisa diketahui dengan indicator-indikator seperti tabel dibawah ini:

Tabel 9. 1 Kesimpulan Kelayakan Keuangan

Keterangan	Hasil Analisis	Syarat Kelayakan	Keterangan
Payback Period	1 Tahun 5 Bulan 21 Hari	Kurang dari 5 tahun	Layak
Net Present Value	Rp. 893.742.605	Lebih dari 0	Layak
Profitability Index	14.72	Lebih dari 1	Layak
Break Even Point	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP per tahun	Layak

Sumber: TRUE STORY, 2022

9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan True Story layak untuk dijalankan. Hasil analisis tersebut didapatkan dari *payback period*, *net present value*, *profitability index* dan *break even point*. Dilihat dari hasil analisis *payback period* terhadap usaha ini mampu untuk menghasilkan timbal balik dengan kurun waktu 1 Tahun 5 Bulan 21 Hari yang mana berarti dibawah 5 tahun. Jika dilihat dari hasil analisis *net present value* usaha ini menghasilkan arus kas positif dengan Rp. 893.742.605 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Lalu dilihat dari *profitability index* usaha ini mampu menghasilkan 14.72 kali dari investasi awal dan dilihat dari *break even point* usaha True Story mampu menghasilkan penjualan yang lebih tinggi setiap tahunnya dari tingkat *break even point*.