**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

1. **Ringkasan Kegiatan Usaha:**
   1. **Konsep Bisnis**

Studio Jeans atau yang bisa disingkat SJ adalah bisnis yang bergerak di bidang *fashion* yang khusus menjual *denim jeans collection* untuk wanita yang diproduksi lokal dengan kualitas yang baik dengan harga yang relatif bisa dijangkau oleh semua kalangan. SJ berfokus pada penjualan secara *online* dengan memanfaatkan beberapa situs jual-beli *online*. Penulis juga akan mengaktifkan seluruh media sosial yang digunakan oleh hampir mayoritas penduduk Indonesia di dalam upaya pemasaran produk. Dengan moto “*customer satisfaction at first”* kami akan selalu menjaga kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pelayanan baik sebelum pembelian hingga pelayanan purna jual.

* 1. **Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : Menjadi salah satu penyedia *denim jeans collection* wanita terkenal di Indonesia yang berbasis *online*.
2. Misi :
3. Menjadi *market leader* di bidang industri *fashion* wanita di Indonesia yang berbasis *online*.
4. Menyediakan *denim collection trendy* berkualitas terbaik.
5. Memberikan totalitas pelayanan ke seluruh konsumen.
6. Tujuan : Tujuan memiliki 2 segmentasi sesuai dengan jangka waktunya, yaitu:

* Tujuan jangka pendek :

1. Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.
2. Sudah mampu memasuki dan bersaing di dalam pasar.
3. Memiliki *brand image* yang baik dan terpecaya bagi masyarakat.

* Tujuan jangka panjang : Menguasai pangsa pasar *fashion retail* wanita di Indonesia terutama di pasar *online*.
  1. **Produk**

SJmerupakan *online* *shop* yang bergerak di industri *fashion* yang menyediakan produk utama berbasis *denim jeans collection* untuk wanita dengan model-model setiap produk yang bervariatif. *jeans* yang dijual kisaran harga Rp 90.000 sampai dengan Rp. 165.000. untuk kedepannya SJ akan menambahkan beberapa varian dan modul sesuai dengan trend dan keinginan dari konsumen.

* 1. **Persaingan**

Pesaing merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Pesaing dari SJ adalah Jeans Super keren dan Aneka Jeans Store. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing kurang lebih sama seperti SJ. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* ( CPM ), SJ memperoleh poin sebesar 3,3, sedangkan untuk Jeans Super keren memperoleh poin sebesar 2,99 (dibawah SJ dan Aneka Jeans Store) dan Aneka Jeans Store memperoleh poin sebesar 3,19 (dibawah SJ). SJ memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu harga dan promosi. Sedangkan kelamahan dari SJ adalah merek yang belum dikenal oleh para konsumen.

* 1. **Target dan Ukuran Pasar**

Target pasar SJ masyarakat wanita Indonesia berada pada golongan remaja hingga dewasa di kelas sosial apapun yang berperilaku konsumtif terutama penggemar *jeans*. Tidak hanya itu, SJ ingin memposisikan diri penyedia *denim jeans collection* wanita dengan harga murah tapi berkualitas melalui *online*.

* 1. **Strategi Pemasaran**

Strategi Pemasaran SJ antara lain:

1. *Hang Tag*

SJ akan menggunakan *hang tag* untuk mengingatkan konsumen terhadap toko *online* SJ. Dengan adanya *hang tag* ini, SJ akan lebih mudah memperluas pangsa pasarnya karena konsumen yang merasa puas berbelanja dengan SJ akan merekomendasikan kepada kerabat terdekat.

1. Potongan Harga Bagi *Reseller*

SJakan memberikan potongan harga bagi *reseller* yang membeli produk dari SJjika membeli produk dengan jumlah yang banyak seperti selusin / setengah lusin.

1. *Market Place*

Munculnya beberapa *market place* yang menawarkan banyak fitur menarik yang dapat menjaga keamanan dalam bertransaksi dapat menggantikan *website* yang biasanya digunakan untuk melakukan jual beli dalam dunia *online shop*.

1. Media Sosial

Media sosial dimanfaatkan untuk melakukan promosi dan penjualan *online* seperti Facebook dan Instagram. Media sosial seperti Linedan Whatsapp juga digunakan untuk kegiatan operasional seperti berkomunikasi dengan calon konsumen serta *broadcast instant messaging*.

1. *Personal Communication*

Melakukan presentasi produk dan juga promosi dengan *personal*.Teknik promosi ini ditujukan kepada teman-teman terdekat kita yang kemudian akan tersebar dengan sendirinya dari mulut ke mulut.

* 1. **Tim Manajemen**

SJ merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, yang hirarki tertinggi berada di Manajer dan langsung membawahi 2 bagian yaitu staf penjualan dan operasional. Staf penjualan membutuhkan 1 orang melakukan kegiatan penjualan. Staf operasional membutuhkan 1 orang yang melalukan pengemasan produk. Tugas manajer sendiri yaitu melakukan pengawasan langsung terhadap semua karyawan yang berada di dan bertanggung jawab atas keberlangsungan bisnis.

* 1. **Kelayakan Keuangan**

Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *profitability index* (PI) dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai Sales lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu 424.845.009, untuk IRR sendiri diperoleh nilai sebesar 28,95% lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan sebesar 10,72%, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 3 tahun 3 bulan 21 hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 1,7873923249 di atas 1.

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Pengembangan teknologi yang sekarang dianggap sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Hal ini dapat menjadi sebuah peluang dimana perkembangan teknologi informasi yang pesat dapat dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis. Salah satunya adalah internet, dimana penulis melihat bagaimana perkembangan dimana masyarakat mulai berbelanja melalui *online* dan ingin juga memanfaatkan peluang tersebut untuk membangun bisnisnya yaitu Studio Jeans.

Dan setelah dilakukan berbagai analisis kelayakan usaha, didapatkan hasil yang dirangkum di dalam tabel berikut:

**Tabel 9.1**

**Kesimpulan Kelayakan Investasi Studio Jeans**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| **Break Even Point** | Penjualan>Nilai BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | Layak |
| **Net Present Value** | 0 | 424.845.009 | Layak |
| **Internal Rate of Return** | 10.72% | 29.95% | Layak |
| **Payback Period** | 5 Tahun | 3 tahun 3 bulan dan 21 hari | Layak |
| **Profitability Index** | 1 | 1,7873923249 | Layak |

Sumber : Studio Jeans

Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis SJ layak untuk dijalankan.