**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF**

*POPO Jeans* adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* yang memproduksi celana jeans bagi para kaum muda. Celana yang diproduksi berupa celana panjang dan pendek. Dalam menjalankan usaha ini, *POPO Jeans* memiliki 5 karyawan yang berada dibawah pengawasan pemilik yang sekaligus berperan sebagai manajer di *POPO Jeans*. 1 karyawan yang bertugas di bidang keuangan, 1 orang dibidang penjualan, dan 3 orang sebagai *tailor.*

Dari keseluruhan rencana bisnis yang telah dibahas, ada 8 bagian pokok yang dapat diringkas, yaitu:

1. Konsep Bisnis

*POPO Jeans* merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang *fashion*. Produk yang ditawarkan berupa celana jeans baik celana panjang maupun celana pendek. Produk yang ditawarkan mempunyai konsep *modern* dan *casual*. Dan target pasarnya lebih menyasar pada kaum muda yang menyukai *fashion*. *POPO Jeans* selain menjual produk merek sendiri juga menjadi sebuah *vendor* bagi orang – orang yang tidak mempunyai peralatan dalam membuat celana jeans namun berminat menjual produk celana jeansnya dengan merek sendiri.

1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Visi :

Menjadi sebuah perusahaan fashion produk celana jeans yang berkualitas, terjangkau dan dikenal masyarakat luas hingga global.

1. Misi :
* Menjadi *brand* celana jeans terkemuka di Indonesia hingga masuk pasar global.
* Dikenal dan menjadi ciri dari *brand* jeans anak muda.

Tujuan :

Tujuan dari “*POPO Jeans*” sebagai berikut :

* Tujuan jangka pendek, yaitu mempromosikan merek dan produk secara rutin.
* Tujuan jangka menengah, yaitu mencapai target penjualan yang telah ditentukan.
* Tujuan jangka panjang, yaitu ekspansi bisnis diseluruh kota – kota besar di Indonesia hingga mancanegara.
1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh *POPO Jeans* adalah celana berbahan denim atau yang biasa disebut celana jeans. Produk ditawarkan berupa celana jeans panjang dan pendek..

1. Persaingan

Terdapat empat klasifikasi posisi bisnis menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong di bukunya *Principles of Marketing* (2012:562) yaitu, *market leader, market challenger, market follower,* dan  *market nichers. Market Leader* adalah perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar, *market challenger* adalah perusahaan *runner-up* yang berusaha untuk meningkatkanpangsa pasar, *market follower* adalah perusahaan yang menjaga pangsa pasarnya tanpa berusaha untuk mengambil lebih banyak.

Dan *market niche*rs adalah perusahaan yang melayani pangsa pasar yang diabaikan oleh perusahaan lainya. Berdasarkan hal diatas, maka *POPO Jeans* termasuk dalam kategori *Market Challenger* karena merupakan perusahaan baru yang belum memiliki pangsa pasar dan berusaha untuk merebut pangsa pasar dari perusahaan lain yang sudah ada terlebih dahulu.

1. Target dan Ukuran Pasar

Target konsumen *POPO Jeans* adalah dari anak muda hingga dewasa. Namun target utama yang menjadi fokus adalah anak muda. Dengan harga yang cukup kompetitif maka produk *POPO Jeans* menyasar pada kalangan menengah.

1. Strategi Pemasaran
2. Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi oleh *POPO Jeans* karena masyarakat dewasa ini sudah sangat akrab dengan *gadget* dan internet, dimana dalam keseharian digunakan ada yang hanya untuk sekedar berselancar didunia maya maupun belanja online. Sehingga ini akan sangat membantu dalam hal promosi bagi *POPO Jeans*.

1. *Official Website*

*Website* juga menjadi strategi pemasaran *POPO Jeans* dalam memudahkan konsumen untuk berbelanja langsung di website. Dengan menggunakan *official website* maka diharapkanjuga dapat menumbuhkan kepercayaan masayarakat terhadap merek *fashion* baru *POPO Jeans.* Serta para konsumen juga dapat memantau katalog produk terbaru yang selalu update melalui *website.*

1. Tim Manajemen
2. Manager ( 1 orang)

Bertindak untuk mengawasi dan mengontrol jalannya proses bisnis dan bertanggung jawab atas semua kebutuhan dalam bisnis

1. Administrasi Keuangan (1 orang)

Melayani proses transaksi pembayaran di *workshop* dan melakukan pencatatan semua transaksi dan membuat laporan keuangan

1. Administrasi penjualan (1 orang)

Bertanggung jawab melayani pesanan *via online*, melayani konsumen seputar pertanyaan produk dan melakukan promosi

1. *Tailor*

Bertanggung jawab membuat dan menyelesaikan celana jeans baik untuk kebutuhan stok di *workshop* maupun pesanan dari konsumen.

1. Kelayakan Keuangan

Melalui analisis kelayakan keuangan,dapat disimpulkan bahwa *POPO Jeans* merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan. Hal ini dapat dilihat dari analisis *Break Even Point*, dimana penjualan pertahun lebih besar daripada BEP pertahun. Lalu perhitungan *Net Present Value POPO Jeans* yanglebih besar dari 0 yaitu 210.989.784 dengan demikian dikatakan layak. Untuk hasil IRR sebesar 39.6531% yang memperlihatkan bahwa IRR lebih besar dari biaya modal kredit bank yaitu sebesar 11,26%, sehingga bisnis ini dinyatakan layak. Dan *Payback Period* *POPO Jeans* adalah 2 tahun 4 bulan 25 hari. Maka dari itu usaha ini layak, karena hasil *Payback Period* tidak sampai lima tahun. Terakhir nilai *Profitability Index* adalah lebih dari 1, yaitu 1,958282999 sehingga dikatakan layak.