**Rencana Usaha Celana Jeans Berkualitas dan Terjangkau**

**Untuk Pasar Anak Muda di Indonesia**

**Penyusun : Roni**

**79140603**

**Dosen Pembimbing :**

**Liaw Bun Fa, Ir., S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

Abstrak bahasa Indonesia :

**ABSTRAK**

Roni / 79140603 / 2018 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Celana Jeans *“POPO JEANS”* di Jakarta Timur / Pembimbing : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Alasan pendirian usaha celana jeans ini dikarenakan masih besarnya peluang dan minat masyarakat akan kebutuhan celana jeans. Celana jeans tidak pernah kekurangan peminatnya dan merupakan model celana yang tidak ketinggalan zaman. Dapat dibuktikan dengan awal kemunculan celana jeans pada tahun 1873 hingga saat ini masih banyak disukai dan banyak yang memakai, baik anak muda hingga orang tua.

*POPO Jeans* adalah bisnis yang bergerak di bidang *fashion* yang khusus menjual celana jeans untuk pria dan wanita. *POPO Jeans* diproduksi lokal dan memiliki kualitas yang baik. Harga yang ditawarkan relatif menjangkau banyak kalangan. Penjualan *POPO Jeans* tidak hanya difokuskan pada penjualan secara *offline*, namun juga secara *online* dengan memanfaatkan *website, marketplace*, dan media sosial untuk kegiatan promosi agar dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat.

*POPO Jeans* memiliki struktur organisasi yang sederhana dimana terdiri dari seorang manajer, 1 staf administrasi penjualan, 1 staf administrasi keuangan, dan 3 *tailor* dalam kegiatan operasionalnya.

Bisnis *POPO Jeans* beroperasi di Jln. Raya Buaran Indah No 117, Jakarta Timur. Membutuhkan investasi awal sebesar Rp 220.174.817 yang berasal dari orang tua. Analisis keuangan *POPO Jeans* menunjukan hasil yang positif untuk penjualan setiap tahun berada diatas *Break Even Point* dan menghasilakan *Net Present Value* sebesar Rp 210.989.784 > 0. *Internal Rate of Return* sebesar39.65% diatas 11,26%. *Payback Period* selama 2 Tahun 4 Bulan 25 Hari dimana kurang dari 5 tahun. *Profitability Index* sebesar 1,958282999 > 1. Berdasarkan analisis keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa *POPO Jeans* layak untuk direalisasikan.

**Kata kunci :** celana jeans, kualitas baik, harga terjangkau.

Abstrak bahasa Inggris :

***ABSTRACT***

*Roni / 79140603/2018 / Business Plan for the Establishment of "POPO JEANS" Jeans in East Jakarta / Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.*

*Reasons for establishing a jeans business referring to the expectations of the community and the needs of the community will need jeans. Jeans are never short of enthusiasts and are a model of pants that are not outdated. Can be proven by the early appearance of jeans in 1873 until now there are still many and many who wear, both young people to the elderly.*

*POPO Jeans is a business engaged in the field of fashion that specializes in selling jeans for men and women. POPO Jeans are bought locally and are of good quality. The price offered is relatively preferred by many people. Sales of POPO Jeans not only support offline sales, but also online by utilizing websites, markets and social media for promotional activities to be widely known by the public.*

*POPO Jeans has a simple organizational structure consisting of a manager, 1 sales administration staff, 1 financial administration staff, and 3 tailors in its operational activities.*

*The POPO Jeans business is operated on Jln. Raya Buaran Indah No 117, East Jakarta. Requires an initial investment of IDR 220,174,817 needed from parents. POPO Jeans financial analysis shows positive results for sales every year placed above the Break Even Point and generate a Net Present Value of Rp 210,989,784> 0. Internal Rate of Return of 39.65% above 11.26%. Payback Period for 2 years 4 months 25 days where less than 5 years. Profitability Index of 1.958282999> 1. Based on financial analysis, it can be concluded that POPO Jeans is feasible to be realized.*

***Keywords****: jeans, good quality, affordable prices.*

**PENDAHULUAN**

1. **Konsep Bisnis**

Kebutuhan manusia dalam berpenampilan pada era sekarang sangat menjadi prioritas bagi sebagian kalangan tertentu walaupun masyarakat biasa pada umumnya. Manusia pada umumnya ingin tampil dan terlihat menarik oleh sesamanya, dimana kebutuhan inilah yang menjadi cikal bakal lahirnya sebuah industri *fashion* di dunia ini. Dalam perkembangan *fashion* terutama bagi kaum muda baik pria maupun wanita sebagian menganggap bahwa *fashion* sudah menjadi bagian dari hidup mereka dan kecenderungan kaum muda pada umumnya ialah lebih mengikuti trend – trend terkini, inovasi baik inovasi terus bermunculan melengkapi kebutuhan dalam berpenampilan yang *up to date* dan *trendy.*

1. **Peluang Bisnis**

Peluang bisnis di bidang *fashion* masih sangat besar peminatnya serta besar pula potensi di dalamnya. Meskipun sudah banyak sekali para pesaing atau pemain di bidang *fashion* namun inovasi yang terus lahir dan berkembang membuat industri ini tidak ada matinya menghadirkan *trend* terbaru. Salah satu dari industri ini bergerak di bisnis celana denim atau yang biasa lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai celana jeans. Dapat dikatakan bahwa celana jeans merupakan model celana yang tidak ada matinya dari dulu hingga sekarang dan masih menjadi celana *favourit* tidak hanya bagi anak- anak muda namun dari dewasa hingga orang tua pun suka menggunakannya. Ini bisa dilihat dari masih banyaknya dijumpai orang – orang ditempat umum yang kesehariannya menggunakan celana jeans dalam beraktifitas.

1. **Visi dan Misi**

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

Misi : Menjadi *brand* celana jeans terkemuka di Indonesia hingga masuk pasar global.

Dikenal dan menjadi ciri dari *brand* jeans anak muda.

1. **Kebutuhan Dana**

|  |  |
| --- | --- |
| **Perincian** | **Biaya** |
| **Biaya Aktiva Tetap** |  |
| Peralatan | 34.985.000 |
| Dekorasi dan Renovasi Ruangan Ruko | 20.000.000 |
| Sewa Ruko Selama 1 Tahun | 100.000.000 |
| **Total Biaya Aktiva Tetap** | **154.985.000** |
|  |  |
| **Kebutuhan Dana Untuk Modal Kerja** |  |
| Perlengkapan | 732.500 |
| Pembuatan *Website* | 1.500.000 |
| Bahan Baku | 37.957.317 |
| **Total Kebutuhan Dana Untuk Modal Kerja** | **40.189.817** |
|  |  |
| **Cadangan Kas** | **25.000.000** |
| **Total** | **220.174.817** |

**RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, MANAJEMEN**

1. **RENCANA ALUR PRODUK**

**Proses pemesanan bahan baku dari *supplier***

**POPO Jeans Supplier**

Barang yang dipesan tiba di workshop *POPO Jeans.*  Barang disusun dan disimpan untuk stok

Supplier mengecek pembayaran dari *POPO Jeans* setelah itusupplier melakukan pengiriman rang

Pemilik melakukan pemesanan dan pembayaran secara online

Supplier mengecek stok barang lalu mengkonfirmasi ketersedian barang

Pemilik menghubungi supplier untuk menanyakan ketersediaan barang atau bahan baku

***Flowchart* produk jadi hingga siap kirim *(online)***

Karyawan melakukan pencatatan invoice  yang berisi jumlah pembayaran yang harus dibayar oleh pembeli

Konsumen memesan produk pada *POPO Jeans*

Karyawan mengecek pembayaran konsumen lalu menyiapkan produk, melakukan *packing,* dan pengiriman

Konsumen membayar pesanan produk

Produk sampai dikonsumen

***Flowchart* produk *(offline)***

Kasir melayani konsumen dan pembayaran dari konsumen lalu mengemas produk untuk diberikan

Konsumen memilih produk di *workshop POPO Jeans* lalu menuju kasir untuk melakukan pembayaran

Konsumen menerima struk pembayaran dari kasir beserta produk.

**RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN**

1. **Rencana Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar**

*Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* dari *POPO Jeans* adalah sebagai berikut:

1. Segmentation

Berdasarkan segmentasi geografis, segmentasi yang dipilih oleh *POPO Jeans*  adalah masyarakat yang berdomisili di sekitar wilayah Duren Sawit, Jakarta Timur dan sekitarnya.

Berdasarkan segmentasi demografis, maka segementasi yang dilakukan oleh *POPO Jeans* adalah sebagai berikut:

1. Dari segi usia, maka rentang usia yang disasar ialah umur 18 hingga 35 tahun.
2. Pria maupun wanita dapat menggunakan produk dari *POPO Jeans*

Berdasarkan segmentasi psikografis, segmentasi yang dilakukan oleh *POPO Jeans* berfokus pada kelas sosial menengah dan menengah keatas serta berdasarkan gaya hidup, *POPO Jeans* berfokus pada gaya hidup masyarakat muda yang *fashionable* atau menyukai *fashion*. Lalu untuk segmentasi perilaku, *POPO Jeans* memfokuskan pada konsumen yang ingin berpenampilan menarik atau tampil beda dan memiliki kebutuhan yang tinggi akan *fashion* serta orang – orang yang selalu mengikuti *trend fashion* yang sedang *booming.*

2. Targeting

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:222), target atau sasaran pasar adalah sekumpulan pembeli yang berbagi kebutuhan dan karakteristik umum yang diputuskan oleh perusahaan untuk dilayani. Target pasar atau konsumen dari *POPO Jeans* adalah yang berada di kelas menengah dan menengah ke atas yang berdomisili diseluruh Indonesia.

3. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:235), bahwa pernyataan *positioning* yaitu pernyataan yang merangkum perusahaan, merk dan konsep jasa/ produk yang ditawarkan memiliki perbedaan dengan pesaing. Dan positioning dari POPO Jeans berupa tagline“*simple & modern*” dimana POPO Jeans ingin menunjukkan bahwa model dari produk celana jeans yang kami tawarkan terlihat *simple* tapi *modern* karena selalu berinovasi mengikuti perkembangan.

1. **Strategi Penetapan Harga**

*POPO Jeans* menggunakan metode penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost-based pricing)*. Dimana harga suatu produk didasarkan atas besarnya biaya produk ditambah dengan *mark-up* keuntungan yang diinginkan.

**RENCANA ORGANISASI**

1. **Rencana Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja**

*POPO Jeans* mempekerjakan 6 karyawan dan berikut adalah jumlah tenaga kerja yang direncanakan :

1. Manajer : 1 orang

Pemilik selaku manager dalam *POPO Jeans* bertanggung jawab dalam mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan bisnis serta bertanggung jawab atas segala kebutuhan didalamnya.

1. Administrasi keuangan : 1 orang

*POPO Jeans* membutuhkan bagian administrasi dalam membantu pengelolaan keuangan dan juga melayani pembayaran konsumen di workshop.

1. *Tailor :* 3 orang

Workshop kami juga memiliki 3 orang pekerja yang khusus membuat atau membuat celana jeans jadi.

1. Administrasi Penjualan : 1 orang

Bertugas melakukan promosi atau memasarkan produk dan menerima pesanan secara *online* serta *mempacking* pesanan.

1. **Kompensasi dan Jasa Balas Karyawan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Jabatan** | **Jumlah Karyawan** | **Gaji Pokok** | **Total per Bulan** | **THR** | **Total per Tahun** |
|
| 1 | Manager | 1 | 5.000.000 | 5.000.000 | 5.000.000 | 65.000.000 |
| 2 | Adm. Keuangan | 1 | 3,700,000 | 3,700,000 | 3,700,000 | 48,100,000 |
| 3 | Adm. Penjualan | 1 | 3,700,000 | 3,700,000 | 3,700,000 | 48,100,000 |
| 4 | *Tailor* | 3 | 3,800,000 | 11.400.000 | 3,800,000 | 148,200,000 |
|  | **TOTAL** | **6** |  |  |  | **309.400.000** |

**RENCANA KEUANGAN**

1. Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha POPO Jeans

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| *Break Even Point* | Penjualan>Nilai BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | **Layak** |
| *Net Present Value* | 0 | 210.989.784 | **Layak** |
| *Internal Rate of Return* | 11,26% | 39.6531% | **Layak** |
| *Payback Period* | 2 Tahun | 2 Tahun 4 Bulan 25 Hari | **Layak** |
| *Profitability Index* | 1 | 1,958282999 | **Layak** |

**PENGENDALIAN RESIKO**

1. **Jenis-jenis Risiko yang Diperkirakan Muncul**
2. Produk tidak laku
3. Adanya fluktuasi harga bahan baku
4. Munculnya pesaing baru
5. Risiko Sumber Daya Manusia (SDM)
6. Kesalahan kalkulasi
7. **Evaluasi Kelemahan dan Pengendalian Risiko**
8. Produk tidak laku : Melakukan promo berupa potongan harga atau diskon besar, gratis ongkos kirim dalam periode tertentu, atau *buy 2 get 1*
9. Adanya fluktuasi harga bahan baku : Melakukan stok bahan baku lebih banyak dari sebelumnya dan mencari *supplier* baru yang memiliki kualitas produk yang sama namun dengan harga lebih murah.
10. Munculnya pesaing baru : Mempertahankan loyalitas pelanggan dengan cara terus menciptakan produk baru yang inovatif, mengikuti *trend,* mempunyai ciri khas produk, dan terus meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas produk.
11. Risiko Sumber Daya Manusia (SDM) : Melakukan *briefing*, menilai dan mengevaluasi hasil kerja dari para karyawan, memotivasi para karyawan, dan menaruh perhatian agar bisa dekat dengan para karyawan sebagai salah satu cara mengetahui keluhan atau masalah yang dialami karyawan yang berdampak pada hasil kerjanya.
12. Kesalahan kalkulasi : Menghindari penghitungan secara manual melainkan dengan menggunakan sistem seperti *Microsoft excel,* dimana proses penghitungan akan jauh lebih akurat dan cepat

**DAFTAR PUSTAKA**

**Sumber Berupa Buku Teks**

Aaker, David A (2013), *Manajemen Pemasaran Strategis*, Edisi 8, Jakarta: Salemba Empat.

David, Fred R, Forest R. David (2015), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 15, *Pearson Education*.

Dessler, Gary (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia,* Edisi 14*,* Jakarta: Salemba Empat.

Gitman, Lawrence J., Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, *Global Edition, Pearson Education*.

Heizer, Jay dan Barry Render (2015), *Manajemen Operasi,* Edisi 11, Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, *Global Edition, Pearson Education.*

Pride, William M., Hughes, Robert J., dan Kapoor, Jack R (2014), *Pengantar Bisnis*, Edisi 11, Jakarta : Salemba Empat.

Rangkuti, Freddy (2015), *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka.