

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Bisnis pakaian *online Poppin Hill* yang akan dibangun oleh penulis merupakan bisnis yang berjalan dalam bidang pakaian. *Poppin Hill* menyediakan produk kaos polos, *oversize polos*, kaos desain khas *Poppin Hill*, *oversize* desain khas *Poppin Hill*, serta kaos custom yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Produk berupa pakaian kaos yang diberikan *Poppin Hill* kepada konsumennya merupakan produk dengan harga yang relative terjangkau namun tetap dengan kualitas yang baik. Toko pakaian *Poppin Hill* akan dijalankan secara *online* menggunakan *marketplace*. Lokasi penyimpanan produk usaha *Poppin Hill* bertempat pada alamat Jl. Gading Elok Timur VI blok BP1/5, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 14240.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi *Poppin Hill*

Menjadi usaha unggul dan terbaik yang bergerak di bidang pakaian dengan inovasi tanpa henti dalam memberi nilai tambah untuk produk dan layanan yang dihasilkan.

b. Misi *Poppin Hill*

- 1) Menyediakan kebutuhan pakaian khususnya kaos yang dapat digunakan sehari-hari.





- 2) Menambahkan inovasi dalam menciptakan pakaian kaos dengan memberikan nilai dari ide dan pemikiran bagi konsumen *Poppin Hill*.
- 3) Berkomitmen untuk menyediakan kualitas produk serta layanan terbaik bagi setiap pelanggan.

3. Produk / Jasa

Produk pakaian kaos yang ditawarkan *Poppin Hill* kepada konsumennya ialah kaos polos, oversize polos, kaos desain khas *Poppin Hill*, oversize desain khas *Poppin Hill*, serta kaos custom yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Produk tersebut disediakan kepada konsumen dalam bentuk barang jadi dengan merek *Poppin Hill* dan dipasarkan melalui platform e-commerce, maka dari itu *Poppin Hill* juga akan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui platform e-commerce terkait.

4. Persaingan

Dalam dunia bisnis maupun usaha, persaingan merupakan hal yang tidak dapat dielakkan. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran guna meningkatkan awareness masyarakat dan menyajikan keunggulan citra merek terhadap produk *Poppin Hill* sehingga dapat memenangkan hati pelanggan dan suasana kompetitif pada pasar. Dalam melakukan analisisnya *Poppin Hill* telah menetapkan 2 pesaing potensial dengan bidang usaha sejenis, yaitu Seka Basics dan Aerostreet. Berdasarkan Analisa CPM (Competitive Profile Matrix), *Poppin Hill* memperoleh nilai total kedua tertinggi dengan nilai 2,84, diikuti oleh Sek Basics dengan nilai 2,51 dan Aerostreet masih menjadi pemegang nilai tertinggi dengan catatan poin sebesar 3,63. Berdasarkan analisa tersebut, *Poppin Hill* optimis memiliki peluang dalam memasuki pasar dan dapat meraih keberhasilan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar yang ditunjukkan oleh *Poppin Hill* terbagi menjadi 3 segmentasi sebagai berikut:

a. Geografis

Dari sisi geografi, target yang ditunjukkan oleh toko pakaian *Poppin Hill* mereka yang tinggal di daerah JaBoDeTaBek atau Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi karena daerah ini merupakan daerah yang mudah untuk melakukan distribusi dan sesuai dengan target yang dilihat dari sisi demografi dan psikografinya.

b. Demografis

Dari sisi demografi, target pembeli yang ditunjukkan untuk toko pakaian *Poppin Hill* adalah mereka yang memiliki rentang usia antara 18 sampai 25 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Kelas sosial yang ditunjukkan dari *Poppin Hill* adalah seseorang yang memiliki pendapatan minimal UMR atau kelas sosial menengah. Untuk agama dan etnis, *Poppin Hill* menargetkan kepada semua kalangan karena mengingat Indonesia memiliki agama dan etnis yang beragam.

c. Psikografis

Gaya hidup yang ditunjukkan sebagai target pembeli toko pakaian *Poppin Hill* adalah mereka yang memiliki gaya hidup up-to-date atau selalu mengikuti perkembangan yang ada, trend follower, dan yang terutama adalah mereka yang fashionable. Kepribadian juga merupakan hal yang penting dalam memilih target pembeli. Kepribadian yang ekspresif, fleksibel, memiliki pemikiran yang terbuka atau open minded, dan modern merupakan target publik dari toko pakaian *Poppin Hill*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Untuk ukuran pasar, bisnis *Poppin Hill* berdasarkan peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Bab I Pasal 1 dan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab IV pasal 6, disimpulkan bahwa usaha toko pakaian online *Poppin Hill* termasuk dalam kriteria usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran *Poppin Hill* dilakukan dengan cara pemasaran langsung maupun pemasaran tidak langsung. Strategi pemasaran langsung akan dilakukan dengan metode direct marketing. Kegiatan promosi tersebut dilakukan dengan cara ikut serta dalam kegiatan bazar. Sedangkan pemasaran tidak langsung yang dilakukan oleh *Poppin Hill* dilakukan dengan cara periklanan (advertising) dan sales promotion. Kegiatan tersebut dilakukan secara online melalui platform-platform digital terkait seperti Tokopedia, Shopee, Tiktok, dan Instagram guna membangun citra merek *Poppin Hill* serta kepercayaan pelanggan terhadap produk serta pelayanan yang diberikan *Poppin Hill* secara online melalui market place terkait.guna meningkatkan awareness masyarakat terhadap citra merek.

7. Tim Manajemen

Poppin Hill memiliki struktur organisasi yang terdiri dari 3 tenaga kerja yaitu pemilik selaku manajer, admin 1 yang dengan keterampilan administrasi kantor, dan 1 tenaga kerja yang memberikan jasa tenaga dalam hal pengemasan.

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.



8. Kelayakan Keuangan

Poppin Hill telah melakukan analisis keuangan dalam menentukan kelayakan usaha. Berdasarkan analisis tersebut dihasilkan data yang menyatakan bahwa usaha ini layak untuk beroperasi. Berikut merupakan tabel analisis kelayakan usaha *Poppin Hill*:

Tabel 9.1

Analisis Kelayakan Keuangan Usaha *Poppin Hill*

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback period</i>	5 tahun	1 Tahun, 4 Bulan, 9 Hari	Layak
<i>Net present value</i>	$NPV > 0$	Rp. 52.983.523,-	Layak
<i>Profitability index</i>	$PI > 1$	1,300696	Layak
<i>Break event Point</i>	Penjualan $>$ BEP	Rp. 220.206.258,-	Layak

Sumber: Tabel 7.21, 7.22, 7.23

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan hasil ringkasan serta hasil Analisa yang telah dijalankan, data menunjukkan bahwa usaha pakaian *online Poppin Hill* memiliki kriteria usaha yang terdiri dari: konsep bisnis, visi misi Perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen, dan kelayakan usaha. Maka dari itu, *Poppin Hill* telah menyajikan data dari hasil perhitungan analisis kelayakan usaha dengan metode berikut: *payback period (PP)* dari usaha *Poppin Hill* akan mencapai titik balik modal dalam waktu 1 tahun 4 bulan 9 hari. *Net Present Value (NPV)* memperoleh nilai lebih besar dari 0 yaitu Rp. 52.983.523,-. *Profitability Index (PI)* menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1 yaitu 1,300696. Tak lupa analisis *Break Even Point (BEP)* pada tahun 2024 mencapai nilai Rp. 220.206.258,-, sedangkan nominal penjualan produk pada tahun 2024 mencapai angka Rp. 431.345.000,-.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa usaha pakaian *online Poppin Hill*

merupakan usaha yang dapat beroperasi dan direkomendasikan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

