

Gamis Payung .T-Shirt

Istikomah

Istikomah747@gmail.com

Ringkasan Eksekutif

Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan fashion, maka saya berinisiatif untuk membuka suatu usaha distro yang up to date dan mengerti akan kebutuhan masyarakat.

Perumahan yang terletak di Jl. M. Toha No. 22 RT 02/01 Karawaci, Tangerang merupakan perumahan yang mayoritas masyarakat di Perumahan tersebut adalah masyarakat yang mempunyai pola pikir yang sudah maju dan modern. Mereka seringkali mencari fashion-fashion ataupun kebutuhan lainnya yang ter-up-to-date. Daerah sekitar Perumahan ini sangat tepat untuk membuka usaha distro, karena hingga saat ini sangat sedikit sekali atau boleh dikatakan belum ada tempat yang memberi pelayanan kebutuhan fashion di sekitar.

Selain membuka toko bisnis ini juga memasarkan produknya dengan cara online. Karena beberapa tahun belakangan ini marak sekali penggunaan jejaring sosial untuk transaksi jual beli. Maka dari itu bisnis ini mengambil peluang dari hal tersebut. Agar produk yang dipasarkan dapat terjual dalam skala besar. Gamis Payung T-Shirt didirikan untuk memelopori kecintaan generasi muda dalam bidang fashion yang up to date tanpa melupakan corak & ciri khas Indonesia.

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG BISNIS

Alasan saya membangun bisnis ini karena produk yang produksi ini mempunyai prospektif yang tinggi. Dengan banyaknya perempuan yang akhir-akhir ini menggunakan gamis untuk kegiatan sehari-hari, karena lebih tertutup dan fashionable untuk digunakan. Selain itu juga, produk ini memiliki desain yang menarik yang membuat pemakainya menjadi lebih styles. Gamis Payung T-Shirt juga ditawarkan dengan harga yang terjangkau dan berusaha memproduksi dengan biaya serendah mungkin. Sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang terus meningkat dalam persaingan produk ini.

Selain itu juga lokasi penjualan yang strategis karena jauh dari mall, dekat dengan jalan raya, serta banyak juga yang membuka toko didaerah tersebut. Kemudian, dengan menambahnya pemasaran lewat jejaring sosial (online) membuat pemasaran dan pengenalan produk juga menjadi lebih mudah.

Oleh karena itu, saya berusaha memproduksi produk ini dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan menggunakan teknisi mesin yang dapat memproduksi barang dengan baik. Hal itu lakukan agar produk yang dipasarkan dapat di pertanggung jawabkan dengan baik. Dan dengan diproduksi produk ini dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya agar dapat memperoleh keuntungan.

1.2 VISI, MISI, DAN TUJUAM USAHA

1.2.1 Visi

Membuat produk Gamis Payung T-Shirt dalam lebih diminati masyarakat dan membangun usaha busana di Indonesia lebih maju.

1.2.2 Misi

1. Selalu melakukan inovasi berkelanjutan didalam desain Gamis Payung T-Shirt.
2. Melayani pelanggan dengan sepeuh hati.
3. Memberikan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas yang baik pada produk Gamis Payung T-Shirt

1.2.3 Tujuan Usaha

Melakukan produksi terbaik dengan terus berinovasi dengan desain yang menggambarkan keanggunan seorang perempuan. Dengan demikian, kecintaan perempuan kepada busana muslimah menjadi lebih baik lagi

1.3 ANALISIS PROFIL USAHA

Nama : Gamis Payung T-Shirt
Alamat : Jl. M. Toha No.22 Rt 02/01 Karawaci, Tangerang
Telepon : 08993989135
E-mail : GamYung.T-Shirt@gmail.com
Nama Perusahaan : GamYung T-Shirt

2. ASPEK PEMASARAN

2.1 ANALISIS POTENSI PASAR

Secara umum, pangsa pasar bisnis ini adalah seluruh perempuan di Indonesia dari berbagai kalangan usia, terutama para penggemar gamis. Hal ini sesuai dengan kondisi bahwa hampir seluruh penggemar gamis di Tangerang pada khususnya adalah perempuan. Meskipun demikian, untuk menjadi target pasar alternatif bisnis ini. Yang akan menjadi pangsa pasar utama bisnis pelayanan gamis ini adalah perempuan.

2.2 ANALISIS PEMASARAN PERUSAHAAN TERHADAP PERSAINGAN

Untuk persaingan antar produsen usaha jasa pelayanan gamis yang memang berorientasi bisnis (bukan milik suatu institusi tertentu) tergolong cukup tinggi. Salah satu aspek analisis pemasaran perusahaan terhadap persaingan adalah buaran persaingan. Maka dari itu, aspek buaran harus saling mendukung dengan rincian sebagai berikut.

2.2.1 Produk

Produk yang dimaksud disini adalah gamis itu sendiri dengan memberikan pembelian dengan jenis “Gamis Payung T-Shirt”. Adapun konsep dari toko Gamis Payung T-Shirt sarana tempat yang sangat nyaman untuk berbelanja karena kaan di konsep sebaik mungkin.

2.2.2 Place

Toko Gamis Payung T-Shirt bertempat di Jl. M. Toha No.22 RT02/01 Karawaci, Tangerang. Tempat ini dipilih karena letaknya yang strategis. Selain tempatnya yang masih luas, dan tepatnya di sekitar tempat ini belum terdapat distro center, sedangkan peminatnya banyak. Jadi sangat tepat jika GamYung.T-Shirt dibangun di sana.

2.2.3 Price

Harga baju: Rp 80.000 s/d Rp. 150.000

2.2.4 Promotion

Promosi awal dilakukan dengan penyebaran brosur di sekolah-sekolah, kampus-kampus, tempat perbelanjaan, tempat kerja, memasang iklan.

2.3 ANALISIS MARKETSHARE

2.3.1 Segmentasi

Segmentasi atau pasar yang dibidik oleh sebuah toko center sangatlah segmented. Selain segmentasi berdasarkan lokasi, segmentasi toko center berdasarkan psikografis, yaitu meningkatnya kesukaan perempuan terhadap gamis yang makin populer sekarang ini.

2.3.2 Target

Target pasar dari GamYung.T-Shirt ini adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja, karena tidak hanya anak-anak muda, para eksekutif muda pun suka menggunakan gamis.

2.3.3. Positioning

Positioning yang akan dibangun adalah “GamYung.T-Shirt”. Maksudnya adalah ingin membangun brand image dibenak pemakai gamis sebagai toko yang memiliki diferensiasi (nilai pembeda) dibandingkan toko gamis yang lain dengan memiliki fasilitas yang lengkap, aman, nyaman, dan memadai. Ini semua akan benar-benar nyata dirasakan oleh konsumen.

2.4 ANALISIS SWOT

2.4.1 Strenght (Kekuatan)

1. Toko dengan model bernuansa klasik, dengan pemilihan warna yang sesuai, kebersihannya terjaga dan letak yang strategis.
 2. Gamis yang disediakan adalah gamis yang berkualitas baik.
 3. Gamis Kaos dapat di custom warna dan motif
- 2.4.2 Weakness (Kelemahan)
1. Sudah banyak produsen gamis kaos.
 2. Sudah banyaknya gamis yang dijual secara online maupun tidak online.
- 2.4.3. Opportunities (Peluang)
- Belum ada produsen gamis kaos yang bisa custom motif sablon.
- 2.4.4. Thearts (Ancaman)
1. Sablon di gamis kaos yang dikhawatirkan tidak sesuai dengan permintaan konsumen.
 2. Dikhawatirkan ada beberapa produsen yang akhirnya memiliki ide yang serupa.

3. ASPEK PRODUKSI

3.1.ANALISIS LUAS PRODUKSI

Dalam analisis luas produksi ini membahas tentang peralatan mesin, teknologi produksi serta kriteria barang yang di produksi. Didalam bisnis yang baru dibuka atau pemula ini bahan yang digunakan untuk dipasarkan adalah bahan kaos yang sudah menjadi gamis kemudian desain disablon di tempat percetakan, karena sebagai pemula peralatan mesin dan teknologi belum dapat dijalankan sendiri. Kaos yang ingin di produksi ini membutuhkan desain dan bahan kaos yang berkualitas dengan berbagai ukuran gamis kaos. Sehingga dibuat ukuran mulai dari ukuran Small (S) sampai dengan Exta Large (XL). Dan dengan ukuran lengan mulai dari lengan pendek sampai dengan lengan panjang.

Bahan baku yang dibutuhkan dalam memproduksi satu jenis produk ini hanya satu gamis kaos tetapi disini saya menghitung bahan baku tidak persatuan produksi karena untuk kegiatan sablon desain tidak dihitung oleh satuan produksi. Sehingga dihitung satuan sablon perlusin gamis kaos yang disablon dan harga satu lusin gamis kaos yang disablon sebesar Rp. 300.000. Kemudian yang perlu diperhatikan dalam memproduksi kaos adalah kualitas bahan yang baik sehingga tidak membuat panas saat digunakan oleh konsumen, desain yang beraneka ragam yang membuat lebih menarik serta banyak pilihan dan hasil

sablon yang baik sehingga sablon tersebut ketika dicuci tidak menimbulkan kerusakan pada gambar. Maka hal ini membuat konsumen dapat merasakan kepuasan pada saat mengkonsumsi produk ini.

3.2. ANALISIS LAYOUT PABRIK

Konsep dalam menjalankan produksi gamis kaos ini dengan tidak membuat pabrik untuk memproduksi barang. Disini gamis kaos diproduksi dengan cara membeli gamis berbahan kaos polos yang sudah jadi dengan kualitas yang baik, kemudian desain dibuat sendiri agar lebih menarik dan dengan *picture* yang berbeda-beda, setelah itu dilakukan sablon kaos ditempat percetakan “PRINTER DTG NEOJET” yang terletak di Jl. M. H. Thamrin, Cikokol, Tangerang. Jadi konsep dalam memproduksi barang ini adalah Re-Seller.

Kemudian didalam bisnis ini juga terdapat sebuah toko, dengan berbagai peralatan yang menunjang fasilitas sebuah distro yaitu computer dan mesin kasir, CCTV, patung manekin, hanger, kursi, kaca, speaker, rak display dan AC. Dengan demikian, peralatan untuk pembangunan distro sudah layak untuk menjalankan pemasaran produk kaos ini.

4. ASPEK KEUANGAN

4.1 ANALISIS KEBUTUHAN INVESTASI

Dalam berdirinya GamYung (Gamis Payung T-Shrit) membutuhkan dana untuk investasi, adapun perinciannya adalah sebagai berikut :

Perincian Dana Untuk Investasi

NAMA	RINCIAN	HARGA	JUMLAH
Sewa Bangunan, Lantai,Atap	Pertahun	Rp. 10.000.000	Rp. 10.000.000
Komputer dan Mesin Kasir	1 set	Rp. 4.000.000	Rp. 4.000.000
Kamera CCTV	1 unit	Rp. 100.000	Rp. 100.000
Patung Manekin	2 unit	Rp. 150.000	Rp. 300.000
Hanger	5 set	Rp. 40.000	Rp. 200.000
Meja	2 unit	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
Kursi	2 unit	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000

Kaca	2 unit	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Pembungkus atau Paper Bag	100 buah	Rp. 5.000	Rp. 500.000
Speaker	2 unit	Rp. 225.000	Rp. 550.000
Rak Display 50x100cm	5 unit	Rp. 210.000	Rp. 1.050.000
AC	2 unit	Rp. 2.800.000	Rp. 5.600.000
Baju	5 lusin	Rp. 35.000	Rp. 1.500.000
Jasa Sablon	5 lusin	Rp. 40.000	Rp. 12.000.000
ATK	1 set	Rp. 100.000	Rp. 100.000
Biaya tak terduga	-	Rp. 500.000	Rp. 500.000

4.2. Analisis Kebutuhan Modal Kerja

Sewa Gedung	: Rp. 10.000.000 / tahun
Peralatan Toko	: Rp. 14.300.000
Biaya Produksi Baju	: Rp. 3.000.000
Biaya Tak Terduga	: Rp. 500.000
Total Biaya Operasional	Rp. 7.200.000 +
Total Kebutuhan Modal Kerja	: <u>Rp. 35.000.000</u>

4.3. ANALISIS BIAYA OPERASIONAL PERTAHUN

- Biaya Angkut Produk Ke Toko	: Rp. 100.000/ bulan
- Biaya Utilitas (Listrik, Telepon, Kuota)	: Rp. 500.000/bulan +
- Total per bulan	: <u>Rp. 600.000</u>
- Total per tahun	: Rp. 7.200.000

4.4. ANALISIS STRUKTUR PERMODALAN

Dalam struktur permodalan berdirinya usaha GamYung T-Shirt ini kami diberi investasi sebesar Rp.35.000.000. Dengan investasi tersebut, usaha kami ini dalam memilih umur ekonomisnya adalah 3 tahun. Investasi sebesar Rp. 35.000.000 ini akan kami gunakan dalam jangka waktu 3 tahun dengan sebaik-baiknya.

4.5.ANALISIS RASIO KELAYAKAN FINANSIAL

Berikut adalah tabel analisis pendapatan kami per tahun :

Tahun	Senin – Minggu	Total
	Pukul 10.00 - 22.00	
2018	10 unit x 80.000 = Rp. 800.000	Rp. 29.200.000
	80.000 x 365 hari = Rp. 29.200.000	
2019	10 unit x 80.000 = Rp. 800.000	Rp. 29.200.000
	80.000 x 365 hari = Rp. 29.200.000	
2020	10 unit x 80.000 = Rp. 800.000	Rp. 29.200.000
	80.000 x 365 hari = Rp. 29.200.000	

- Ket. Tabel = 10 unit adalah perkiraan jumlah barang yang terjual dalam sehari
Rp. 80.000 adalah harga per item produk kami
365 hari adalah hitungan hari buka nya toko kami dalam setahun .

- **Payback Period (PP)**

Jangka waktu pengembalian investasi dari usaha Jiraf.Clothes ini akan kembali dalam jangka waktu 14 bulan.

Investasi	: Rp 35.000.000
Pendapatan Tahun 2016	: Rp. 29.200.000
Pendapatan Tahun 2017	: Rp. 29.200.000
Pendapatan Tahun 2018	: Rp. 29.200.000
Total pendapatan selama 3 tahun	: Rp. 87.600.000

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 12 \text{ bulan}$$

Kas Bersih/tahun

$$PP = \frac{\text{Rp. 35.000.000}}{\text{Rp. 29.200.000}} \times 12 \text{ bulan} = 14,4 = 14 \text{ bulan}$$

Investasi pada Jiraf.Clothes ini dapat dikembalikan dalam periode 14 bulan, lebih cepat dari umur ekonomis yang telah ditetapkan, yaitu 3 tahun, sehingga investasi Jiraf.clothes ini layak untuk dijalankan.

- **Average Rate of Return (ARR)**

$$ARR = \frac{\text{Rata – rata EAT}}{\text{Rata-rata Investasi}} = \frac{\text{Rp.29.200.000}}{\text{Rp. 17.500.000}} = 1,7\%$$

$$\text{Rata-rata EAT} = \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{\text{Rp. 87.600.000}}{3 \text{ tahun}} = \text{Rp. 29.200.000}$$

$$\text{Rata-rata Investasi} = \frac{\text{Investasi}}{2} = \frac{\text{Rp. 35.000.000}}{2} = \text{Rp. 17.500.000}$$

- **Profitability Index (PI)**

$$PI = \frac{\text{Kas Bersih}}{\text{Investasi}} = \frac{\text{Rp. 29.200.000}}{\text{Rp. 35.000.000}} = 1,4$$

DAFTAR PUSTAKA

Purwana, D., & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar