

**Perencanaan Pengembangan Usaha Clothing HOCKEY 19
dengan Konsep Inovasi “Back and Forth Clothes”**

BUSINESS PLAN



Disusun Oleh :

Evy Sisca

1519200092

**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2019**

**Perencanaan Pengembangan Usaha Clothing HOCKEY 19
dengan Konsep Inovasi “Back and Forth Clothes”**

BUSINESS PLAN

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk gelar kesarjanaan pada
Program Studi Manajemen
Jenjang Pendidikan Strata 1**

Disusun Oleh :

Evi Sisca

1519200092



**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2019**

STHE
 **MIDP**

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Fashion merupakan gaya pakaian setiap orang yang bisa berbeda-beda dan bisa juga sama tergantung bagaimana selera setiap orang. *Fashion* seringkali mengikuti *trend* yang sedang masa kini, ada orang yang suka mengikuti perkembangan *trend* dan ada juga yang tidak peduli tentang bagaimana *trend* tersebut karena mempunyai selera fashionnya sendiri.

HOCKEY 19 hadir di dunia *fashion* dengan konsepnya sendiri yang berbeda, yaitu surf *clothing*. Dengan menawarkan berbagai macam produk kebutuhan pria mulai dari baju kaos, baju kemeja, jaket bomber, jaket *sweater*, celana chinos, celana denim, ikat pinggang, dompet, topi, sepatu, hingga kacamata.

Untuk terus berkembang HOCKEY 19 melakukan inovasi terhadap produk terlarisnya yaitu baju kaosnya yang berwarna hitam, biru dan merah. Inovasi yang dilakukan adalah inovasi *back and forth clothes* yang berartikan baju bolak balik. Memiliki 2 desain yang berbeda pada 1 pakaian diharapkan tidak akan membuat pelanggan HOCKEY 19 tidak mudah bosan dan dapat menarik pelanggan baru. Inovasi ini merupakan inovasi pertama yang ada di kota Palembang bahkan di Indonesia.

Inovasi dengan desain yang menarik dengan semua desain tetap dengan merek HOCKEY 19 dengan desain gambar pada pakaian yang unik dan mengikuti

perkembangan yang sedang hits pada setiap musimnya. Di pasarkan secara langsung di komplek OPI Mall blok A1 No.02 Palembang dan juga di pasarkan secara *online* melalui Instagram, Line dan Whatsapp.

Ciri khas yang berbeda dari brand pakaian lain ini diharapkan mampu menarik minat masyarakat Palembang khususnya yang merupakan target pasar utama dari HOCKEY 19 yang berusia dari 10-59 tahun yang dimana usia tersebut berdasarkan pembeli produk dari HOCKEY 19 dan *survey* langsung ke lingkungan sekitar yang masih menyukai desain produk yang ditawarkan dan mau membelinya.

Modal awal yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi ini adalah sebesar Rp. 257.130.000 yang terdiri dari modal kerja, investasi, legalitas, biaya gaji, dan operasional. Berdasarkan metode analisis keuangan yang digunakan pengembalian modal untuk investasi yang dikeluarkan oleh HOCKEY 19 adalah 1 tahun 4 bulan 11 hari. Peneliti juga mempertimbangkan kelayakan usaha jasa HOCKEY 19 *Net Present Value* (NPV), hasil nilai Rp. 848.912.993 yang dapat dikatakan layak karena nilai $NPV > 0$, *Internal Rate of Return* (IRR) HOCKEY 19 dengan hasil 65% yang dapat dikatakan layak karena nilai $IRR >$ dari *BI rate* 6,00% bulan Maret tahun 2019, *Average Rate of Return* (ARR) HOCKEY 19 dengan hasil 330% yang dapat dikatakan bahwa usaha ini layak dijalankan lebih dari 100%, *Provitability Index* (PI) HOCKEY 19 dengan hasil 5,47 yang dapat dikatakan layak karena nilai $PI > 1$. Dari semua hasil perhitungan tersebut, HOCKEY 19 layak untuk dijalankan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah.

STHE
 **MIDP**

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 LATAR BELAKANG

Fashion adalah gaya hidup setiap orang saat ini, terkhusus anak muda pada era ini. Bukan hanya wanita namun pria pun suka dan mengikuti *trend*. Melihat hal ini merupakan peluang yang sangat besar untuk para pebisnis *clothing*. Banyak *brand-brand* lokal yang tidak kalah kerennya bersaing dengan *brand-brand* luar negeri. *Clothing* merupakan bisnis yang banyak di minati oleh masyarakat. Selain karena dapat memperoleh banyak keuntungan, masyarakat/pelaku usaha ini juga dapat memilih rentang modal investasi dalam memulai usaha ini. Dengan modal imajinasi yang tinggi yang dapat di tuangkan dalam desain produk *clothing* ini. Untuk bisa tampil unik dengan desain baju yang dimiliki menjadi nilai tambah jika ingin memenangkan hati konsumen.

Salah satu konsep bisnis *fashion* yang cukup menarik perhatian *clothing line* ini yang muncul dan menjadi *trend* pada tahun 90an. *Clothing line* sendiri adalah bisnis pakaian anak-anak muda dengan merek karya mereka sendiri yang dipasarkan melalui distro (*distribution outlet*) atau FO (*factory outlet*). HOCKEY 19 berdiri sejak 19 Agustus 2017, konsep bisnis dari Hockey 19 adalah *clothing* yang mendesain sendiri bajunya mulai dari kaos yang berbahan dasar combed dan mambo. Keahlian desain yang baik merupakan kunci utama agar produknya dapat disukai. Memfokuskan untuk memproduksi dan menjual produk-produk pria

seperti celana chinos, celana denim, bomber jaket, jaket *sweater*, tas, dompet, topi, sampai ikat pinggang kita produksi dan desain sesuai keinginan kita dan juga melihat pasaran yang terbaik dan banyak diminati. Hockey 19 akan menjadi *brand clothing* lokal ternama di kota Palembang jika terus di pasarkan dengan baik dengan melihat apa minat masyarakat. Hockey 19 akan memproduksi sendiri produk-produk terbaiknya dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, karena pemilihan bahan baku langsung ke pasar bahan untuk memilih bahan baku terbaik yang akan di berikan ke konsumen.

Meskipun di Palembang banyak bermunculan *clothing* dengan *brand* sendiri, namun Hockey 19 memiliki segmen pasarnya sendiri. Dari waktu ke waktu bisnis Hockey 19 menjadi bisnis yang sangat menjanjikan dan keuntungan yang di dapatkan menggiurkan bagi para pelaku usahanya. Inovasi-inovasi produk seperti sepatu *sneakers*, kaos kaki, dan ikat pinggang yang diyakini akan menjangkit banyak konsumen baru. Tetap mempertahankan konsistensi produk yang di keluarkan dan menawarkan produk dengan desain yang terus masa kini mengikuti *trend* yang di minati konsumen diyakini akan mampu bersaing dengan usaha sejenis.

Hockey19 bisnis *clothing* yang sangat menjanjikan. Hockey 19 sendiri merupakan produsen yang menjual produk dengan *brand* sendiri. Bahan dasar di dapatkan dari Pasar Induk, Bandung. Bahan dasar yang didapatkan langsung masuk dalam proses pemotongan lalu dilanjutkan ke proses sablon yang proses pembuatannya berada di Bandung. Hasil pekerjaan yang cepat dan tentunya dengan kualitas yang baik. Konveksi pengolahan baju Hockey 19 sendiri

dilakukan oleh tenaga kerja yang sangat ahli. Dengan ini Hockey19 sebagai produsen akan siap menjadi *supplier* untuk wirausaha yang ingin bermitra dengan Hockey19. Produk ini akan dipasarkan dengan baik dan akan membuka lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya. Pengiriman barang dari pusat (Palembang) ke luar kota akan dikirim melalui cargo dan pengiriman jalur darat. Tentunya dengan pengemasan yang baik agar barang sampai dengan baik. Untuk yang belanja secara online dapat mengisi format pembelian seperti nama, alamat lengkap, kode produk yang di pilih, dan nomor telepon. Lalu melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening BCA 0216789798 atas nama Evysisca. Untuk yang belanja langsung ke store Hockey 19 dapat melakukan pembayaran dengan tunai dan debit alamat store komplek OPI Mall Palembang blok A1 NO.02.

Dalam menjalani bisnis pastinya memiliki pesaing sama halnya Hockey 19 memiliki pesaing-pesaing lokal yang mempunyai konsep bisnis yang serupa seperti merek Nyore, Next Gear, dan Raw Rock. Merek lokal yang serupa yang merupakan pesaing dari Hockey 19, namun walaupun terdapat beberapa pesaing Hockey19 tetap yakin jika mampu menjadi yang terbaik jika mampu mempertahankan kualitas dan memberikan pelayanan yang baik.

Berikut laporan penjualan HOCKEY 19 selama 1 tahun berjalannya usaha ini.

**Tabel 2.1 Laporan Penjualan HOCKEY 19
Per Agustus 2017 – Januari 2019**

BULAN	PENJUALAN				
	Hitam	Putih	Cream	Biru	Merah
Agustus 2017	300	100	98	400	300
September 2017	600	99	101	430	309
Oktober 2017	500	150	109	446	310
November 2017	400	100	117	471	313
Desember 2017	601	103	126	480	363
Total	2.401	552	551	2.227	1.595
Januari 2018	519	100	130	501	350
Februari 2018	528	111	140	508	370
Maret 2018	529	108	119	560	370
April 2018	555	119	145	555	380
Mei 2018	600	123	160	570	380
Juni 2018	611	130	155	573	399
Juli 2018	641	161	154	573	400
Agustus 2018	699	170	170	573	413
September 2018	741	131	171	600	444
Oktober 2018	777	180	175	601	450
November 2018	850	200	170	616	461
Desember 2018	889	208	179	670	470
Total	7.939	1.741	1.868	6.900	4.887
Januari 2019	881	231	180	700	481
Total	11.221	2.524	2599	9827	6963

Sumber :Diolah penulis,2019.

Berdasarkan tabel penjualan baju HOCKEY 19, yang diminati oleh konsumen pada warna hitam, merah, dan biru. Penjualan produk tersebut selalu meningkat setiap bulannya sehingga penulis sedang melakukan pengembangan inovasi produk HOCKEY 19 dengan konsep “*Back and Forth Clothes*” yang

berartikan baju bolak-balik. Inovasi ini juga dilakukan untuk mengembangkan usaha dan menampilkan ciri khas produk HOCKEY 19 dari produk sejenis. HOCKEY 19 juga bertujuan agar dapat menarik pelanggan baru untuk membeli dan meningkatkan daya beli ulang produk.

2.2 Visi, Misi, dan Tujuan

2.2.1 Visi :

Menurut Machali dan Hidayat (2016, h. 253-254). Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang realistis dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu.

Visi dari HOCKEY 19 adalah ingin memberikan kepuasan produk dengan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau dengan perkembangan *fashion* yang ada.

2.2.2 Misi:

Menurut Zahroh (2014, h.55). Misi juga dapat didefinisikan sebagai langkah-langkah atau kegiatan-kegiatan yang bersifat strategis dan efektif dalam rangka mencapai visi yang telah ditetapkan. Misi HOCKEY 19 :

1. Memberikan produk terbaik kepada konsumen dari segi kualitas.
2. Menawarkan produk yang sedang masa kini.
3. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
4. Menawarkan produk yang mudah dijangkau semua kalangan.

2.2.3 Tujuan :

Menurut (Krisianto, 2015). Tujuan perusahaan merupakan sesuatu yang akan dicapai atau yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Tujuan perusahaan adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan Tujuan HOCKEY 19 adalah :

1. Bertujuan ingin menjadikan fashion sebagai sumber inspirasi yang kreatif.
2. Bertujuan memberitahukan kepada masyarakat bahwa *brand* lokal juga mampu bersaing dengan *brand* luar negeri.

STHE
 **MIDP**

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Amirullah 2015, *Manajemen Strategis Teori, Konsep, Kinerja*, Mitra Wacana
- Badan Pusat Statistik 2017, *Jumlah Penduduk Kota Palembang Menurut Umur*, Diakses pada tanggal 14 April, dari www.bpssumsel.go.id
- Caesar, F 2015, *Teori Tentang Permintaan dan Penawaran*,
- Ginting, NF H 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid II*, CV Yrama Widya, Bandung
- Hanafi, MM 2016, *Manajemen Keuangan Edisi Kedua*, BPFE, Yogyakarta.
- Jay, H. dan Render B. 2009, *Manajemen Operasi, Selemba Empat*, Jakarta.
- Krisianto, 2015 *Tentang Buku Program Pelajar Jakarta Berkarakter*
- Lupiyoadi, R.,2013.*Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*, Selemba Empat, Jakarta
- Machali, A Hidayat - *Teori dan Praktek Pengelolaan Sekolah*, 2016
- Manap, HA,2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta
- Pracoyo, Tri Kunawangsih dan Antyo Pracoyo. 2013/ *Aspek Dasar Ekonomi Makro di Indonesia*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Purwana E.S., Dedi dan Nurdin H 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Raja Grafindo persada, Jakarta.
- Sadarmayanti 2014, *Manajemen Strategis*, Erlangga, Bandung.
- Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Sukirno, 2013. *Makroekonomi : Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.